

UNIVERZITET SINGIDUNUM
DEPARTMAN ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE

POSLOVNI SISTEMI U TURIZMU I HOTELIJERSTVU

MASTER RAD

**SPECIFIČNI UTICAJI OLIMPIJSKIH IGARA NA GRAD
DOMAĆINA SA OSVRTOM NA OLIMPIJSKE IGRE U
LONDONU 2012. GODINE**

Mentor:

Prof. dr Krunoslav Čačić

Student:

Jelena Jevtić 405031/2011

Beograd 2013.

SADRŽAJ

UVOD	4
1. Sportski događaj.....	7
1.1. Definisanje sportskog događaja	7
1.2. Karakteristike sportskih događaja.....	8
1.3. Vrste sportskih događaja.....	12
1.4. Olimpijske igre kao oblik velikih sportskih događaja	13
2. Uticaji Olimpijskih igara na grad domaćina	17
2.1. Ekonomski efekti organizacije Olimpijskih igara.....	17
2.1.1. Ekonomski efekti sa aspekta vremena pojavljivanja	18
2.1.2. Ekonomski efekti sa aspekta izazvanih promena.....	19
2.2. Društvene koristi organizovanja Olimpijskih igara	21
2.2.1. Razmena iskustava.....	21
2.2.2. Izgradnja nacionalnog i lokalnog ponosa	21
2.2.3. Povećano učešće društva.....	22
2.2.4. Širenje kulturnih perspektiva	22
2.3. Kulturološke koristi grada domaćina Olimpijskih igara.....	23
2.4. Koristi za životnu sredinu grada domaćina Olimpijskih igara.....	23
2.5. Fizičke promene tokom organizacije velikih sportskih događaja.....	25
2.6. Nasleđe organizacije velikih sportskih događaja	26
3. Olimpijske igre i turizam	29
3.1. Olimpijski turisti	29
3.2. Volonteri i njihov značaj za imidž grada domaćina.....	33
3.3. Razvoj grada izazvan organizacijom Olimpijskih igara	35
3.4. Efekti Olimpijskih igara na turizam grada domaćina	36

4. CASE STUDY: Olimpijske igre London 2012	41
4.1. Socio-ekonomski uticaji.....	41
4.1.1. Globalni ekonomski profil	41
4.1.2. Poslovna podrška, inovacija i diversifikacija.....	43
4.2. Socio-kulturni uticaji	48
4.3. Turistički uticaji	51
4.4. Fizički uticaji	54
4.4.1. Sportsko nasleđe	54
4.5. Politički uticaji	60
4.6. Uticaji na životnu sredinu	63
4.6.1. Javno zdravlje	66
ZAKLJUČAK	70
LITERATURA	73

UVOD

Danas je sport popularniji nego ikada pre. Broj sportskih takmičenja se povećava i privlači sve više pažnje ljudi svih uzrasta. Neki od njih su poznati kao veliki međunarodni sportski događaji ili mega sportski događaji. Primeri ovih događaja su Olimpijske igre, Svetski kup u fudbalu i druga slična međunarodna takmičenja. Povučeni njihovom popularnošću, sve više zemalja želi da bude domaćin jednom ovakvom događaju. Razlog za to je što mega sportski događaji donose veliki broj kratkoročnih i dugoročnih ekonomskih koristi za grad i zemlju domaćina.

Poznato je da je organizovanje i održavanje velikog sportskog događaja jako skupo. Najveći troškovi odlaze na infrastrukturu, kao i na obezbeđenje. Razlikujemo tri glavne vrste koristi od ovakvih događaja, a to su ekonomski rast, infrastrukturno nasleđe i promocija imidža, pri čemu su ekonomske koristi odgovorne za opravdavanje mega događaja, tj za pokrivanje troškova i ulaganja.

S druge strane, ekonomski uticaj je teško predvideti i proceniti pre sportskog takmičenja. Stoga ne može svaki veliki sportski događaj biti uspešan, što znači da nisu svi ekonomski uticaji pozitivni. Troškovi vezani za održavanje mega sportskog događaja, kao što su Olimpijske igre, mogu nadmašiti pozitivne koristi za neke stanovnike, koji mogu da smanje ili povuku svoju podršku događaju.

Profesionalci u regionalnom okruženju kao što su gradski planeri, inženjeri i arhitekte prirodno postaju vitalni igrači u pripremi Olimpijskih igara, s obzirom da su za održavanje Igara uglavnom neophodni veliki konstrukcioni projekti kako sportskih objekata, tako i pomoćne infrastrukture, kao što su smeštajni objekti, putevi, obnova zgrada u gradu domaćinu i slično.

Mega sportski događaji mogu biti definisani po njihovom uticaju i kompleksnosti u organizaciji i isporuci usluga. Dok je pespektiva ekonomskog rasta glavna sila koja pokreće zemlje da se kandiduju za organizovanje Olimpijskih igara, ono što ostaje nakon održavanja Igara je teško kvantifikovati, zahvaljujući političkom tumačenju i višestrukosti.

Sportski događaji, a posebno veliki sportski događaji zaokupljaju veliku pažnju javnosti i imaju direktan uticaj na mnoge druge oblasti, uključujući i turizam. Istraživanja u ovom delu su potrebna da bi se stekao uvid koji se efekti javljaju i kakva je tendencija u organizacijama velikih sportskih događaja. Imajući to u vidu, fokus u ovom radu je stavljen na Olimpijske igre kao najviši oblik takmičenja u sportu, koje predstavljaju najveću svetsku smotru atletskih sposobnosti i takmičarskog duha.

Predmet istraživanja jestu Olimpijske igre, kao primer velikog sportskog događaja i efekti koje organizacija jedne takve manifestacije ima za grad i zemlju domaćina.

Ovaj pristupni rad je izrađen **sa ciljem** upoznavanja osnovnih postavki u sportskom turizmu, istaknut kroz organizaciju velikih sportskih događaja, sa posebnim akcentom na Olimpijskim igrama, njihovom značaju, uticaju i efektima koje ima kako na turistička kretanja, tako i na grad i državu grada domaćina tako velikih manifestacija.

Za prikupljanje relevantnih podataka korišćene su sledeće **naučno-istraživačke metode**:

- Komparativna metoda, putem kojih su utvrđene sličnosti i razlike između određenih događaja;
- Deskriptivni pristup, koji omogućava da se upoznaju karakteristike različitih događaja i učestalost pojava;
- Statistički metod, prema vremenskoj dinamici događaja pruža mogućnosti za utvrđivanje trendova, kao i varijacija koje se javljaju;
- Deduktivna metoda, prikazujući sliku od šireg aspekta ka direktnom predmetu istraživanja;
- Istoriografija, kojom je istražen istorijat pisanih izvora istraženih pojava.

Glavna hipoteza ovog rada je da se organizovanjem i ugošćavanjem Olimpijskih igara može poboljšati globalni imidž grada i države domaćina, ostvaruju se mnogobrojne ekonomske i društvene koristi i pospešuje se turistička ponuda domaćina Olimpijskih igara. Veliki sportski, ali i kulturološki projekat, kao što su Olimpijske igre, može da pretvori grad domaćina u jedan od centara svetske kulture.

Problematika korišćenja Olimpijskih igara kao instrumenta za poboljšanje sveopšteg standarda države domaćina nije dovoljno istražena, jer postoje i primeri koji prikazuju negativne uticaje Igara na grad i državu domaćina.

Struktura rada

Rad, pored uvoda i zaključka, sadrži četiri osnovna poglavlja, gde su definisani sportski događaj kao zaseban fenomen u okviru specifičnog područja turizma, kao što je to sportski turizam, i prikaz Olimpijskih igara kao najznačajniji oblik velikog sportskog događaja.

1. Uvod - kratak prikaz osnovne svrhe izrade rada i ciljeva, kao i kratak pregled sadržaja po definisanim poglavljima;
2. Prvo poglavlje daje prikaz sportskog događaja, podelu i kategorizaciju, kao i uvid u njegov udeo u sportskom turizmu;
3. Drugo poglavlje navodi kakav značaj može imati organizovanje Olimpijskih igara za grad i zemlju domaćina, kakvi se ekonomski efekti javljaju, koje su društvene i kulturološke koristi i kakve su koristi za životnu sredinu grada domaćina;
4. Treće poglavlje objašnjava pojam olimpijskih turista i njihovu podelu, značaj volontera za stvaranje pozitivne slike o gradu domaćinu Olimpijskih igara, razvoj grada izazvan organizacijom Igara i nasleđe koje ostaje nakon održanih Olimpijskih igara;
5. Četvrto poglavlje bavi se konkretnim primerom organizovanja Olimpijskih igara u Londonu 2012. godine i svim uticajima i efektima koji su delovali na grad domaćina u periodu organizovanja i održavanja Igara;
6. Zaključna razmatranja.

1. Sportski događaj

Sportski događaj kao deo sportskog turizma sve više se razvija. On predstavlja svako takmičenje koje se odvija prema određenom sportskom programu, koji uključuje jedan ili više aspekata zabave. Za njegovo održavanje je neophodno istovremeno postojanje izvršioca, mesta, publike i vremena održavanja sportskog događaja.¹

Sportski događaj može da bude međunarodnog, nacionalnog, regionalnog ili lokalnog karaktera, može da obuhvati sport ili bilo koju sportsku aktivnost, može da bude takmičarski ili rekreativni, namenjen prikupljanju finansijskih fondova, zadovoljavanju socijalnih ciljeva ili jednostavno namenjen dobroj zabavi.

Svake godine u svetu se održi veliki broj sportskih događaja. Njihova veličina, struktura i format su vrlo raznovrsni. Može se reći da variraju od malih lokalnih takmičenja, preko takmičenja srednje veličine, pa sve do onih najvećih, takmičenja na globalnom nivou.²

1.1. Definisanje sportskog događaja

Sportski događaj predstavlja organizovanu manifestaciju u oblasti sporta. Sportski događaj je sredstvo za afirmaciju univerzalnih sportskih vrednosti, zdravog životnog stila, sporta jedne države, sporta određenog geografskog područja, afirmaciju pojedinačne sportske grane, a kada je reč o profesionalnom sportu, sve više i sredstvo za ostvarivanje profita.

Organizacija sportskih događaja obuhvata široku lepezu manifestacija u oblasti sporta, od onih najjednostavnijih i najmanje zahtevnih (lokalni turniri, takmičenja sportista rekreativaca, pojedinačne utakmice u najnižim rangovima takmičenja), preko amaterskih turnira, liga i drugih manifestacija u oblasti takmičarskog sporta, profesionalnih takmičenja sa velikim auditorijumom koja zahtevaju visok nivo organizacije, pa sve do Olimpijskih igara, svetskih prvenstava i ostalih visokokomercijalnih vrhunskih sportskih događaja.

¹ Tomić M. (2001), *Marketing u sportu - Tržište i sportski proizvod*, IP Astimbo, Beograd, str. 130

² Milenković M. (2011), *Master rad: Veliki sportski događaj kao oblik sportskog turizma, sa posebnim osvrtom na Olimpijske igre*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.24

1.2. Karakteristike sportskih događaja

Svaki sportski događaj određuju sledeće karakteristike:

1. Vremenski je determinisan
2. Ima odgovarajuću veličinu i sadržaj
3. Promotivna snaga
4. Profil posetilaca
5. Zahteva velike organizacione i menadžerske sposobnosti
6. Zahteva dobro opremljene i funkcionalne sportske objekte

Vreme je jedan od osnovnih karakteristika sportskih događaja. Svaki sportski događaj ima precizno definisan početak, trajanje, vreme održavanja svakog pojedinačnog događaja, kao i završetak kompletne manifestacije. Vreme održavanja i satnice sportskih takmičenja su jasno definisane i određene mnogo pre same realizacije manifestacije, što je od velikog značaja za učesnike u smislu kvalitetne pripreme za sportski nastup. Veoma su retke situacije kada dolazi do izmena ili odlaganja unapred određenih termina, i obično su posledica nepredvidivih situacija ili više sile.³

Veličina direktno uslovljava nivo kako sportskih tako i ekonomskih efekata na grad domaćina sportskog događaja. Veličina sportskog događaja se posmatra kroz četiri dimenzije:

- a. uključenost državnih organa i organa lokalne vlasti;
- b. pokrivenost sportskog događaja domaćim i međunarodnim medijima;
- c. superiorna tehnička opremljenost;
- d. podrška stanovnika kroz poreska davanja.

Sadržaj sportskog događaja je kriterijum za podelu sportskih događaja. Najpre postoje događaji koji obuhvataju jedan sport i tada govorimo o Svetskim prvenstvima u fudbalu, košarci, rukometu, odbojci i drugim sportovima. Pored njih su dobro poznati događaji koji obuhvataju takmičenja u više sportova, kao što su Olimpijske igre, Univerzijade i slično.⁴

³ Šurbatović J. (2009), *Menadžment u sportu*, objavljeno na www.vss.edu.rs, str. 2

⁴ Milenković M. (2011), *Master rad: Veliki sportski događaj kao oblik sportskog turizma, sa posebnim osvrtom na Olimpijske igre*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 25

Sportski događaji po pravilu imaju izuzetnu **promotivnu snagu**. Osim promocije samog sporta i uspeha i afirmacije učesnika, sportski događaji imaju veliki potencijal za povezivanje sporta i privrede u smislu reklamiranja proizvoda i usluga privrednih subjekata preko sportskih priredbi. Sport generalno ima najveću promotivnu snagu u marketinškom smislu i često je sportski uspeh prilika da se promovišu gradovi, regioni i čitave države na najbolji način. Promotivna uloga sporta je širom sveta gotovo nemerljiva. Na dalekim kontinentima našu državu mnogi prepoznaju preko uspeha naših sportista, pre nego na neki drugi način.⁵

Profil posetilaca sportskog događaja se smatra veoma realnim pokazateljem, jer se smatra da različiti sadržaji sportskog događaja privlače različite profile posetilaca.

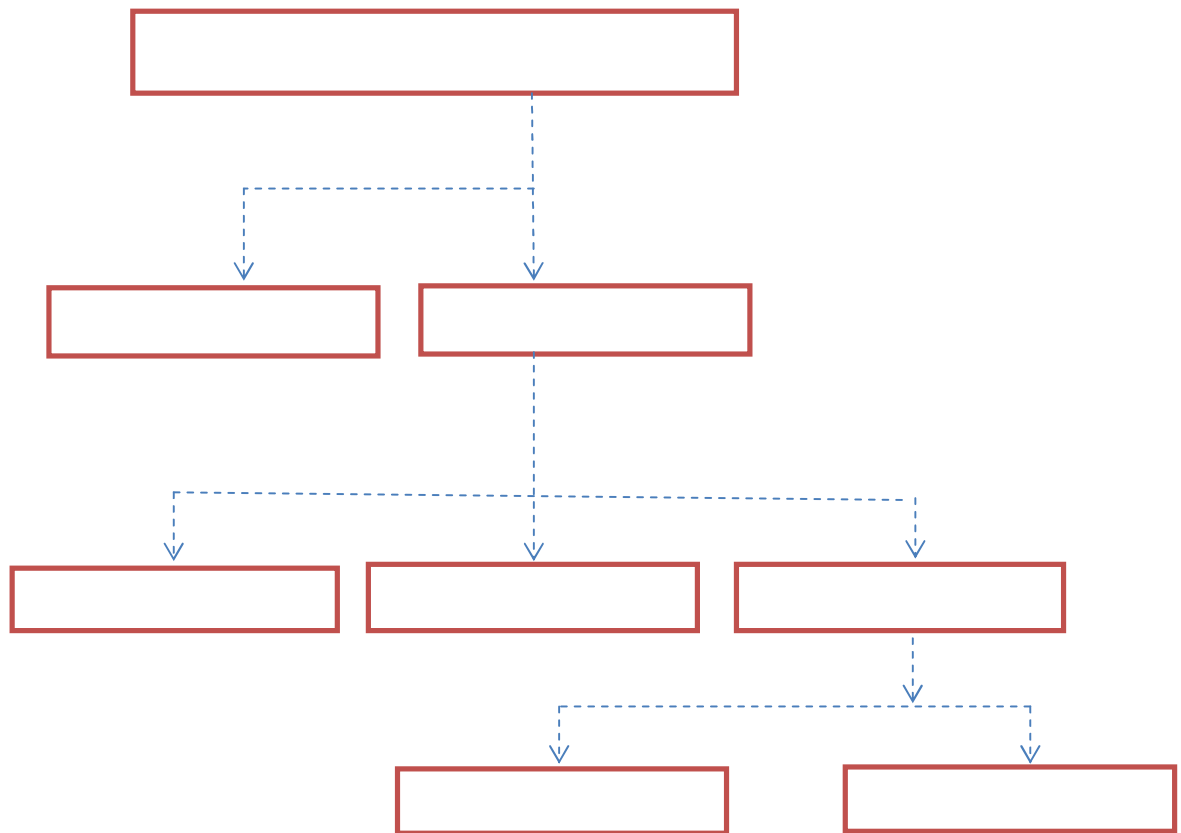
Menadžment i planiranje predstavljaju veoma važan element organizacije sportskog događaja, posebno velikih događaja. Od menadžmenta direktno zavisi uspeh same manifestacije, koja zavisi od planiranja i odgovarajuće implementacije planiranog.

Na kraju, možda i najvažniji preduslov za organizovanje sportskih događaja je **adekvatna sportska infrastruktura**. Postoje sportske manifestacije koje se mogu organizovati u prirodnim uslovima i na terenima i objektima koji ne moraju bezuslovno ispunjavati visoke standarde, ali je mnogo takmičenja koje nije moguće realizovati bez dobro opremljenih i funkcionalnih sportskih objekata. Kada je reč o velikim sportskim takmičenjima i manifestacijama najvišeg ranga, međunarodne sportske federacije propisuju sve strožije standarde koje sportski objekti moraju da ispune, a u cilju većeg kvaliteta takmičenja i komfora učesnika i publike.

Imajući u vidu ove faktore, moguće je napraviti strukturu događaja koja je data na Grafikonu 1.1:

⁵ Šurbatović J. (2009), *Menadžment u sportu*, objavljeno na www.vss.edu.rs, str. 2

Grafikon 1.1. Hijerarhija sportskih događaja



Izvor: Jago L.K., Shaw R.N. (1998), *Special Events: A Consumer Based Conceptualisation*, Canberra, str. 2

Prema ovom grafiku možemo videti da se sportski događaji dele na obične i specijalne. Obični su neplanirani, dok su specijalni planirani i unapred utvrđeni i jasno određeni. Za glavne događaje je karakteristično da privlače pažnju velikog broja gledalaca uživaju veliki ugled i imaju tradiciju.

Generalne osobine sportskih događaja su:

1. Ograničeno vreme trajanja;
2. Nemaju pravilan vremenski raspored održavanja;
3. Utiču na poboljšanje imidža države, regiona, grada;
4. Imaju izražen socijalni karakter;
5. Privlače turiste i utiču na razvoj turizma konkretne destinacije.

Osobine glavnih specijalnih događaja su:

1. Privlače medijsku pažnju;
2. Privlače veliki broj ljubitelja sporta;
3. Uključuju elemente statusa i prestiža;
4. Akumuliraju novčana sredstva koja se realizuju u regionu;
5. Po završetku ostavljaju značajne infrastrukturne objekte i sportska borilišta;
6. Povećavaju tražnju za uslugama u regionu;
7. Imaju nacionalni ili međunarodni karakter;
8. Uključuju dodatne događaje (umetnost, kultura, muzika)
9. Uključuju tradicionalizam i simbolizam;
10. Veliki budžet;
11. Veliki broj sportista učesnika događaja.⁶

Jago i Šo su izvršili i istraživanje karakteristika specijalnih događaja, čiji prikaz možemo videti u Tabeli 1.1.

Tabela 1.1. Karakteristike posebnih događaja i njihovi primeri

Karakteristike specijalnih događaja	Primeri posebnih događaja
➤ Privlače mnogo posetilaca u region	➤ Olimpijske igre
➤ Privlače međunarodnu pažnju	➤ Igre Komonvelta
➤ Daju značajan doprinos imidžu i ponosu zajednice	➤ Australian Open Tennis
➤ Uključuju publiku koja uživa	➤ Australian Football League Grand Final
➤ Obezbeđuje veliko iskustvo	➤ Formula One Grand Prix

Izvor: Jago L.K., Shaw R.N. (1998), *Special Events: A Consumer Based Conceptualisation*, Canberra, str. 5

⁶ Milenković M. (2011), *Master rad: Veliki sportski događaj kao oblik sportskog turizma, sa posebnim osvrtom na Olimpijske igre*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 28-29

1.3. Vrste sportskih događaja

Postoje sledeće vrste sportskih događaja:

1. Međunarodni sportski događaji
2. Nacionalni sportski događaji
3. Regionalni sportski događaji
4. Lokalni sportski događaji.

Međunarodni sportski događaji predstavljaju manifestacije u oblasti sporta koje su od posebnog značaja, a organizuju se u koordinaciji sa nadležnim međunarodnim sportskim federacijama i nacionalnim savezima, uz podršku države, regije ili jedinica lokalne samouprave. Ovi događaji imaju izuzetan društveni i državni značaj i često su sredstvo za promociju sporta i sportskih vrednosti, ali i organizatora, kao i učesnika takvih manifestacija. S obzirom na značaj i medijsku pažnju, oni svakako pobuđuju i najveći interes međunarodne sportske javnosti.

Nacionalni sportski događaji promovišu sport na nivou jedne države i pretpostavka su za učešće klubova, reprezentacija i pojedinaca na međunarodnim takmičenjima.

Regionalni i lokalni sportski događaji su najmasovnije manifestacije koje se svakodnevno odvijaju i koje predstavljaju najširu bazu za opšti razvoj sporta na nivou svake države.⁷

⁷ Šurbatović J. (2009), *Menadžment u sportu*, objavljeno na www.vss.edu.rs, str. 3

1.4. Olimpijske igre kao oblik velikih sportskih događaja

Olimpijske igre se smatraju svetskom najprestižnijom sportskom manifestacijom. Po svojoj strukturi, Olimpijske igre predstavljaju veliki sportski događaj i spadaju u multidisciplinarna takmičenja, među kojima se nalaze i sledeće manifestacije:

- Univerzijada,
- Komonveltske igre,
- Panameričke igre,
- Azijske igre,
- Mediteranske igre,
- Svetske vojničke igre,
- Svetske igre za sportiste sa invaliditetom,
- Svetske igre za sportiste sa transplantiranim organima,
- Svetske vazduhoplovne igre,
- Baltičke morske igre,
- Međunarodne ostrvske igre.⁸

Moderne Olimpijske igre je ponovo oživeo baron Pjer de Kuberten 1896. godine, nakon pauze od 1500 godina. Kubertenovi motivi su bili izvedeni iz njegovog ubeđenja da organizovani sport može biti agent i fizičkoj i kulturnoj obnovi. Sport treba da promoviše fizičko zdravlje i da združi različite nacije i društvene staleže u novo doba demokratije i društvene jednakosti.

Iako je grčka vlada devedesetih godina XIX veka strogo lobirala da se obezbedi trajno mesto za Igre u Grčkoj, Kuberten je ustanovio princip da se Igre trebaju održavati na različitim lokacijama svake četiri godine, kao način promocije i raspodele Olimpijskog duha slobode, napretka i jednakosti širom sveta. Do 2010. godine domaćini Olimpijskih igara su bili 41 grad u 22 države, što se može videti u Tabeli 1.2. Godine 2012. London će postati prvi grad koji je bio domaćin Olimpijskim igrama tri puta.⁹

⁸ Romanić S. (2009), *Master rad: Sportski turizam i ponašanje potrošača*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 43

⁹ Essex S, Chalkley B (2008), *Olympic Games: Catalyst of urban change*, Informa Ltd, London, str. 189-191

Tabela 1.2. Domaćini Olimpijskih igara 1896 - 2012

Godina	Letnje olimpijske igre			Zimske olimpijske igre		
	Redni broj	Grad domaćin	Država	Redni broj	Grad domaćin	Država
1896	I	Atina	Grčka			
1900	II	Pariz	Francuska			
1904	III	Sent Luis, Misuri	SAD			
1906	Olimpijske međuigre	Atina	Grčka			
1908	IV	London	Velika Britanija			
1912	V	Stokholm	Švedska			
1916	VI	Berlin	Nemačka			
1920	VII	Antwerpen	Belgija			
1924	VIII	Pariz	Francuska	I	Šamoni	Francuska
1928	IX	Amsterdam	Holandija	II	Sent Moric	Švajcarska
1932	X	Los Anđeles	SAD	III	Lejk Plesid	SAD
1936	XI	Berlin	Nemačka	IV	Garmiš-Partenkirhen	Nemačka
1940	XII	Tokio Helsinki	Japan Finska	V	Saporo Sent Moric Garmiš-Partenkirhen	Japan Švajcarska Nemačka
1944	XIII	London	Velika Britanija	V	Kortina d'Ampeco	Italija
1948	XIV	London	Velika Britanija	V	Sent Moric	Švajcarska
1952	XV	Helsinki	Finska	VI	Oslo	Švedska
1956	XVI	Melburn Stokholm	Australija Švedska	VII	Kortina d'Ampeco	Italija
1960	XVII	Rim	Italija	VIII	Skvo Vali	SAD
1964	XVIII	Tokio	Japan	IX	Inzbruk	Austrija
1968	XIX	Meksiko siti	Meksiko	X	Grenobl	Francuska
1972	XX	Minhen	Nemačka	XI	Saporo	Japan
1976	XXI	Montreal	Kanada	XII	Inzbruk	Austrija
1980	XXII	Moskva	Rusija	XIII	Lejk Plesid	SAD
1984	XXIII	Los Anđeles	SAD	XIV	Sarajevo	BIH
1988	XXIV	Seul	Južna Koreja	XV	Kalgari	Kanada
1992	XXV	Barselona	Španija	XVI	Albervil	Francuska
1994				XVII	Lilehamer	Norveška
1996	XXVI	Atlanta	SAD			
1998				XVIII	Nagano	Japan
2000	XXVII	Sidnej	Australija			
2002				XIX	Solt Lejk Siti	SAD
2004	XXVIII	Atina	Grčka			
2006				XX	Torino	Italija
2008	XXIX	Peking	Kina			
2010				XXI	Vankuver	Kanada
2012	XXX	London	Velika Britanija			

Izvor: Essex S, Chalkley B (2008), *Olympic Games: Catalyst of urban change*, Informa Ltd, London, str. 189

Olimpijske igre u svom sastavu imaju 35 sportova, od čega se na programu Letnjih olimpijskih igara nalazi 28 sportova, a na Zimskim ukupno sedam sportova (Tabela 1.3.).

Dodela Olimpijskih igara je dug proces koji počinje mnogo godina pre datuma održavanja Igara. Svaka kandidatura mora biti dobro vođena i sagledana iz svih uglova. Neophodno je izgraditi široku bazu podrške projektu, a zatim i početi sa planiranjem infrastrukturnih projekata unapred.

Kako bi se obezbedio širok i trajan uticaj na lokalnu ekonomiju, neophodno je uložiti napore da se mala i srednja preduzeća u što većoj meri uključe. Prevazilaženje političkih granica je takođe jedna od bitnih stavki na koje gradovi kandidati trebaju posebno da obrate pažnju.

Postalo je izuzetno važno da svi gradovi i zemlje, koje žele da imaju dobru reputaciju, trebaju da ugoste veliki događaj s vremena na vreme, kako bi ojačali svoj globalni imidž i pozicionirali se u svetskoj zajednici.¹⁰

¹⁰ Pellegrino G, Hancock H. (2010), *A Lasting Legacy - How Major Sporting Events Can Drive Positive Change for Host Communities and Economies*, Deloitte Touche Tohmatsu, United Kingdom, str. 3

Tabela 1.3. Sportovi na Letnjim i Zimskim olimpijskim igrama

Letnji olimpijski sportovi	Zimski olimpijski sportovi
Streličarstvo	Bijatlon
Atletika	Bob
Badminton	Karling
Bejzbol	Hokej na ledu
Košarka	Sankanje
Boks	Klizanje
Kanu/Kajak	Skijanje
Biciklizam	
Konjički sport	
Mačevanje	
Fudbal	
Rukomet	
Hokej na travi	
Džudo	
Moderni pentatlon	
Veslanje	
Jedrenje	
Streljaštvo	
Softbol	
Sportovi na vodi	
Stoni tenis	
Tekvondo	
Tenis	
Triatlon	
Odbojka	
Dizanje tegova	
Ragbi	
Rvanje	

Izvor: www.olympic.org, od četvrtka 10. maja 2012. godine

2. Uticaji Olimpijskih igara na grad domaćina

2.1. Ekonomski efekti organizacije Olimpijskih igara

Već više od dve decenije istraživače zanima ekonomski uticaj velikih sportskih događaja definisan kao neto ekonomske promene u regionu zemlje domaćina koje se pripisuju troškovima vezanim za sam događaj.¹¹ Jedan od najvažnijih razloga koji stoji iza odluke grada da bude domaćin velike sportske manifestacije jeste potencijalni pozitivni uticaj događaja na lokalnu ekonomiju, što može da poboljša ukupni socijalni status lokalne zajednice.

Ekonomski uticaj događaja može se definisati kao „neto ekonomske promene u lokalnoj zajednici domaćina, koja je rezultat trošenja novca koji se vezuje za neki događaj.“¹² Na primer, Evropsko prvenstvo u fudbalu 1996. godine privuklo je preko 280.000 gostujućih navijača koji su potrošili oko 120 miliona funti u osam gradova domaćina i okolnim regionima tokom tri nedelje trajanja događaja.¹³

Grad domaćin može da iskoristi jedinstveni ekonomski potencijal koji prati veliki sportski događaj kako bi promenio svoju strukturu, koja će mu omogućiti da započne samoodrživi proces kroz stalne prihode od turizma, industrijskih oblasti, događaje koji će pratiti osnovni sportski događaj ili čak kroz stvaranje novih ekonomskih odnosa sa drugim regionima ili zemljama. Još jedna ključna prednost je poboljšanje imidža grada. Takođe, poboljšanje sistema javnog prevoza, sistema zdravlja ili infrastrukture može da dovede do razvoja industrije i stvaranje novih radnih mesta.¹⁴

Organizacija Olimpijskih igara je za svaki grad jedna od najvećih investicija u njegovoj istoriji, što najbolje pokazuju do danas izdvojena sredstva onih koji su imali privilegiju da ugoste najbolje sportiste planete, koja su data u Tabeli 2.1:

¹¹ Drengner J, Kohler J, Geissler M. (2009), *Critical issues and pitfalls within economic impact analyses of major sports events: The Case of The Bob and Skeleton World Championships 2008*, Chemnitz University of Technology, Germany, str. 73

¹² Crompton J. (1995), *Economic Analysis of Sport Facilities and Events*, Journal of Sport Management, Vol. 9, No. 1, str. 14

¹³ Dobson N, Holliday S, Gratton C. (1997), *Football came home*, Sport Management, Vol. 17, No. 5, str. 16-19

¹⁴ Preuss H. (2004), *The Economics of Staging the Olympics - A Comparison of the Games 1972-2008*, Edward Edgar Publishing Limited, UK, str. 290-292

Tabela 2.1. Troškovi organizacije Olimpijskih igara 1992-2002

Olimpijske igre	Troškovi kandidature	Troškovi igara
Barselona 1992.	10 miliona \$	10,7 milijardi \$
Albertvil 1992.	2-3 miliona \$	2 milijarde \$
Lilehamer 1994.	3 miliona \$	1,6 milijardi \$
Atlanta 1996.	7 miliona \$	1,7 milijardi \$
Nagano 1998.	11 miliona \$	14 milijardi \$
Sidnej 2000.	12,6 miliona \$	3,24 milijarde \$
Solt Lejk Siti 2002.	7 miliona \$	1,3 milijarde \$

Izvor: Burton R. (2003), *Olympic Games Host City Marketing*, Sport Marketing Quarterly, Vol. 12, No. 1, str. 5

2.1.1. Ekonomski efekti sa aspekta vremena pojavljivanja

Sa samog aspekta vremena pojavljivanja efekata moguće je napraviti sledeću podelu:

1. Ekonomski efekti izraženi u kratkom roku - uglavnom vezani za priliv velike količine novca koji je direktna posledica održavanja događaja, a determinisani brojem posetilaca, takmičara, predstavnika medija, zvaničnika....
2. Ekonomski efekti posmatrani kao dugoročna korist - mogu biti podeljeni u tri kategorije:
 - a) Izgradnja sportskih objekata;
 - b) Nacionalna i međunarodna prepoznatljivost grada domaćina i države kroz veliku medijsku eksponiranost;
 - c) Društvene koristi izražene kroz otvaranje novih radnih mesta, volonterizam, obrazovne programe namenjene mlađoj populaciji, kao i uvek aktuelni kulturni programi.

Veliki događaji su međunarodnog karaktera i jednostavno veliki su u smislu mogućnosti za prenos promotivnih poruka milijardama gledalaca putem TV ili drugih vidova savremenih metoda komunikacije.¹⁵

¹⁵ Roberts K. (2004), *The Leisure Industries*, Palgrave, London, str. 108

Primeru radi, 35.000 časova programa je posvećeno Olimpijskim igrama u Atini 2004. godine. Oko 3,9 milijardi gledalaca je gledalo makar deo Olimpijade, dok se kumulativno gledano, ta brojka penje i do 40 milijardi gledalaca. FIFA Svetsko prvenstvo u fudbalu 2002. godine, koje je održano u Japanu i Južnoj Koreji je imalo 41.000 sati programa sa procenjenim kumulativnim brojem od 28,8 milijardi gledalaca.¹⁶

2.1.2. Ekonomski efekti sa aspekta izazvanih promena

Ekonomski efekti su sastavljeni od direktnih, indirektnih i izazvanih efekata.

Direktni efekti predstavljaju povećanje tražnje za proizvodima i uslugama, a prouzrokovani su brojem posetilaca sportskog događaja. U periodu od 1991. do 1997. godine, direktni efekti Igara u Atlanti 1996. procenjeni su na 1,2 milijarde američkih dolara.

Indirektni efekti obuhvataju obrte novca koji inicijalno vode poreklo od prethodnih efekata. U periodu od 1991. do 1997. godine, indirektni efekti u Atlanti 1996. godine su procenjeni na 1,3 milijarde američkih dolara.

Izazvani efekti predstavljaju povećanje zaposlenosti i dohotka po domaćinstvu, koji su rezultat ekonomske aktivnosti prethodna dva efekta. U periodu od 1991. do 1997. godine, izazvani efekti Igara u Atlanti su procenjeni na 2,8 milijardi američkih dolara.¹⁷

Iako su ekonomski efekti ukupno gledano izuzetno veliki, deo njih zahvaljujući prirodi Igara, napušta teritoriju države, grada domaćina i završava u drugim državama. U Tabeli 3 dat je prikaz direktnih ekonomskih efekata Olimpijskih igara u Solt Lejk Sitiju 2002. godine, za period od 1996. do 2003. godine.

¹⁶ Madrigal R. (2005), *Using the Olympics and FIFA World Cup to Enhance Global Brand*, Oxford: Berg, Global Sport Sponsorship, str. 179-190

¹⁷ Trkulja M. (2008), *Marketing sportskog događaja*, Alpha design, Beograd, str. 143

Tabela 2.2. *Direktni ekonomski efekti Zimskih olimpijskih igara Solt Lejk Siti 2002.*
(1996 - 2003.)

Izvor	Direktni Efekti	Deo koji je napustio teritoriju domaćina	Stvarni direktni efekti
Organizacioni komitet Igara	1.240.000.000 \$	436.000.000 \$	804.000.000 \$
Investicije u infrastrukturu	435.000.000 \$	109.000.000 \$	326.000.000 \$
Troškovi posetilaca	348.000.000 \$	231.000.000 \$	117.000.000 \$
TV prenosi	99.000.000 \$	50.000.000 \$	49.000.000 \$
Državne donacije	17.000.000 \$	-	17.000.000 \$
UKUPNO	2.100.000.000 \$	800.000.000 \$	1.300.000.000 \$

Izvor: *Winter Olympic Games - Impact, Images and Legacies*, Travel and Tourism Research Association, SAD, preuzeto sa www.travel.utah.gov, str. 5

Povećanje nivoa trenutnog ili ubrzanog kredibiliteta na globalnom tržištu predstavlja još jednu prednost za grad domaćina. Prikazivanje svoje moći i mogućnosti na svetskoj sceni može da pomogne gradu domaćinu za privlačenje novih kompanija u region i poboljšanje ukupnog nivoa trgovine.

Aktivnosti i ulaganja koja su potrebna pre, tokom i posle događaja mogu da otvore nova radna mesta i stvore nove poslovne mogućnosti za preduzeća svih oblika i veličina širom regiona. Olimpijski organizacioni komitet Atlante predvideo je 5,1 milijardi dolara za ekonomski podsticaj i 77.000 novih radnih mesta, dok je Organizacioni odbor u Sidneju očekivao prihode od 6,3 milijarde dolara sa oko 100.000 novih radnih mesta u skladu sa njihovim analizama pre Igara.¹⁸

¹⁸ Mathenson V, Baade R. (2002), *Mega Sporting Events in Developing Nations - Playing the Way to Prosperity?*, Northeast Universities Development Consortium Conference, str. 7

2.2. Društvene koristi organizovanja Olimpijskih igara

Održavanje velikih sportskih događaja je oduvek predstavljalo alat za razvoj urbanih zajednica, kao i za podsticanje društvene inkluzije i smanjenje stope kriminala. Rio de Žaneiro će iskoristiti priliku organizacije Letnjih olimpijskih igara 2016. godine da se obračuna sa kriminalom i socijalnim problemima koji ga opterećuju.

Osim ovih, pozitivni društveni efekti mogu biti:

- razmena iskustava
- izgradnja nacionalnog i lokalnog ponosa
- povećano učešće društva, kao i
- širenje kulturnih perspektiva.¹⁹

2.2.1. Razmena iskustava

Veliki sportski događaji su obično praćeni festivalskom atmosferom. Sa teorijskog aspekta, festivali mogu imati ulogu u suočavanju sa društvenim krizama u kontekstu globalizacije.²⁰ Sportski događaji simbolizuju zajedničke vrednosti i nezavisnost društvenih grupa, oni doprinose stvaranju dobrih veza i smanjenju tenzija. Zapravo događaji ovog tipa mogu da „posluže kao inicijalna varnica koja će upaliti društvenu vatru.“²¹

2.2.2. Izgradnja nacionalnog i lokalnog ponosa

Ponos zbog održavanja velikog sportskog događaja u nekoj zajednici izaziva emocije koje uključuju lokalnu spoznaju sopstvenog identiteta, vizije i motivacije. Primera radi, Barselona, grad u kom su se održale Letnje olimpijske igre 1992. godine, bio je dugo godina u

¹⁹ Allen J, O'Toole W, McDonnell I, Harris R. (2002), *Festival and Special Event Management*, John Wiley & Sons Australia Ltd, Brisbane, str. 26-30

²⁰ Hughes G. (1999), *Urban Revitalization - The Use of Festive Time Strategies*, The Journal of the Leisure Studies Association, Volume 18, Routledge, UK, str. 119-135

²¹ Oldenboom E. (2006), *Costs and Benefits of Major Sports Events - A Case Study of Euro 2000*, MeerWaarde Ondervoeksadvis, Amsterdam, The Netherlands, str. 22

senci Madrida, ali ostvaren je veliki napredak koje je iskorišćen da bi se pariralo prestonici.²² Sa druge strane, veliki sportski događaji mogu se sagledati od strane lokalnog življa kao nametanje spolja i to predstavlja osnovni razlog zašto se učešće zajednice smatra kao ključan za planiranje nekog događaja.²³

2.2.3. Povećano učešće društva

Društvena korist od sportskih događaja uključuje razvoj ličnih veština članova organizacionog komiteta, razvoj ličnih veština administratora klubova i organizacija, spajanje različitih pojedinaca iz sveta sporta, kao i spajanje različitih grupa, koje se inače ne bi upustile u međusobnu interakciju.

Sve ove aktivnosti su preduzete u cilju stremjenja ka povećanju društvene interakcije, uključenosti svih struktura različite starosti, uključivanja činilaca koji nisu permanentno prisutni u sportu, uključivanju društvenih grupa, pojačavanju vidljivosti slabije eksponiranih sportova, pojačavanje regionalnog identiteta.

Ipak, jedan od najvažnijih načina na koji sportski događaji mogu da doprinesu društvu u celini jesu volonterski programi za lokalnu zajednicu. Primera radi, volonterska aktivnost za vreme Igara Komonvelta u Mančesteru 2002. godine, smatrana je ključnom za razvoj društveno-inkluzivnog i demokratskog društva i predstavljala je ključni element u strategiji Mančestera prilikom isticanja kandidature.²⁴

2.2.4. Širenje kulturnih perspektiva

Bolji kvalitet života je još jedan u nizu društvenih prednosti. Neki gradovi koriste priliku da ostvare korist od događaja kako bi ih koristili kao katalizatore za unapređenje određenih aspekata.

²² Pellegrino G, Hancock H. (2010), *A Lasting Legacy - How Major Sport Events Can Drive Positive Change for Host Communities and Economies*, Deloitte Touche Tohmatsu, United Kingdom, str. 8

²³ Hiller H. (1998), *Assesing the Impact of Mega Events - A Linkage Model*, Current Issues in Tourism Vol. 1 No. 1, Routledge, UK, str. 47-57

²⁴ Brown A, Massey J. (2001), *The Sports Development Impact of the Manchester 2002 Commonealth Games - Initial Baseline Research*, Manchester Metropolitan University, UK, str. 13-14

London koristi Olimpijske igre 2012. godine kako bi pretvorio zajednice na istočnoj strani Temze u novi ekonomski centar za XXI vek.

2.3. Kulturološke koristi grada domaćina Olimpijskih igara

Veliki sportski događaji mogu da stvore ideje u kulturi, kulturnom identitetu i kulturnim proizvodima. Organizacijom velikih sportskih manifestacija gradovi mogu da ulepšaju svoju sredinu sa stalnim postavkama objekata koji su značajni za kulturu i na taj način mogu da privuku ljude koji nisu zainteresovani za sportsku manifestaciju samu po sebi.

Neki smatraju da mega događaje najpre treba razumeti kao „velike kulturne događaje (u koje takođe spadaju i sportski, kao i događaji komercijalnog tipa) koji ima dramsku crtu, prijemčivi su širim narodnim masama i poseduju međunarodni značaj.“²⁵

Kultura zemlje domaćina se najbolje predstavlja kroz ceremoniju otvaranja, koja uključuje kulturno-umetničke aspekte iste. Isto tako, stanovništvo grada domaćina može da se obrazuje putem kulturne prezentacije koja podstiče da reprezentuju svoju istoriju. Na primer, tokom Olimpijskih igara u Sidneju 2000. godine povećana je svest o Aboridžinima i njihovoj istoriji na tlu Australije, kao i razumevanje za tradiciju Mormona u SAD tokom Zimskih olimpijskih igara u Solt Lejk Sitiju 2002. godine.²⁶

2.4. Koristi za životnu sredinu grada domaćina Olimpijskih igara

Zbog publiciteta koji velike sportske manifestacije nesumnjivo privlače, mnoge nevladine organizacije ih koriste da izraze svoje političke platforme koje često traže od odbora za kandidaturu da se okrenu i pitanju zaštite životne sredine. Obično su neke od ključnih tema: menadžment otpada, biodiverzitet, klimatske promene i zelenilo.

²⁵ Roch M. (2000), *Mega Events and Modernity - Olympics and expos in the growth of global culture*, Routledge, London, str.

1

²⁶ Maunsell F. (2004), *Commonwealth Games Benefits Study*, Final Report, Warrington, str. 24

Pitanje zaštite čovekove okoline i ekoloških standarda prvo se aktiviralo na Olimpijskim igrama u Tokiju 1964. godine.²⁷ Izuzetan pristup organizatora doveo je do toga da su ove igra iskorišćene i za izgradnju mnogih centara za prečišćavanje industrijskog otpada, reciklažu otpada, kao i početak čišćenja zagađenih reka.

Međunarodni olimpijski komitet je 1991. godine u Olimpijsku povelju upisao da će se Olimpijske igre održavati pod uslovom da se prikaže odgovornost za zaštitu čovekove okoline. U Tabeli 2.3. navedene su aktivnosti od značaja za zaštitu čovekove sredine sprovedena na Olimpijskim igrama od Lilehamera 1994. godine do Torina 2006. godine.

Tabela 2.3. *Aktivnosti na Olimpijskim igrama od značaja za zaštitu čovekove okoline*

Olimpijske igre	Aktivnost
Lilehamer 1994. godine	➤ Organizacioni komitet je na ulaznicama štampao informacije o zaštiti čovekove sredine ➤ Recikliranje toplote isparenja ledene površine u Hamar Olympic dvorani, i korišćenje za grejanje drugih delova dvorane
Nagano 1998. godine	➤ Uzletište za skijaške skokove izgrađeno je od recikliranog gvožđa
Sidnej 2000. godine	➤ Zasađeno je 4 miliona stabala drveća širom Australije ➤ Solarna energija je široko primenjena kao pogonsko gorivo ➤ Coca Cola i McDonalds si koristili frižidere koji ne oštećuju ozonski omotač (bez freona)
Solt Lejk Siti 2002. godine	➤ Igre na kojima je bilo zabranjeno pušenje
Atina 2004. godine	➤ Tokom igara reciklirano je 108 tona papira i na taj način sačuvano 1.836 stabala drveća
Torino 2006. godine	➤ Olimpijski komitet dobio je sertifikate koji potvrđuju poštovanje međunarodnih ekoloških standarda - ISO 14001 i EMAS

Izvor: www.olympics.org, od četvrtka 10. maja 2012. godine

Prve Olimpijske igre koje su bile proglašene kao najmanje štetne za okolinu su bile Zimske olimpijske igre u Lilehameru, Norveška, 1994. godine. Iste godine, australijski grad Sidnej je izabran za domaćina Letnjih olimpijskih igara 2000. Naravno da je i kandidatura Sidneja bila fokusirana prvenstveno na pitanja životne sredine.

²⁷ Trkulja M. (2008), *Marketing sportskog događaja*, Alpha design, Beograd, str. 152

Na neki način ovi gradovi su postavili nove standarde za buduće gradove domaćine. Od tada, održivi razvoj i edukacija o životnoj sredini postali su glavni fokus za sve gradove kandidate. Kao primer za ovo može poslužiti Peking, grad domaćin Olimpijskih igara 2008. godine. Kina je tada želela da se pozicionira kao ekološki svesna država i pomiri svoj brzi privredni rast sa politikom zaštite životne sredine, koja je uključivala kontrolu zagađenja vode i očuvanja vode kao resursa.

London će za potrebe Olimpijskih igara takođe prikazati odgovarajući model održivosti i očuvanja životne sredine. Na primer, London će obezbediti da se nikakav otpad ne šalje na deponije u toku održavanja Igara, u cilju podsticanja razvoja nove infrastrukture za preradu otpada u Istočnom Londonu.²⁸ Plan organizatora igara u Londonu je da smanji emisiju ugljenika iz Olimpijskog parka za 50%. Takođe, pokušaće da ostvari smanjenje potrošnje vode za 40% u glavnim olimpijskim objektima.

2.5. Fizičke promene tokom organizacije velikih sporstkih događaja

Mega sportski događaji mogu da stvore mogućnosti za izgradnju novih sportskih objekata, kao i poboljšanje fizičkog okruženja grada domaćina. Organizovanje Olimpijskih igara često uključuje izgradnju novih sportskih objekata ili rekonstrukciju postojećih kako bi organizatori mogli da zadovolje potrebe organizovanja takmičenja u više sportova u kratkom vremenskom periodu.

Takođe za veliki broj učesnika i zvaničnika, kao i turista koji su povezani sa ovim događajem, neophodna je izgradnja novih puteva i razvoj mreže javnog prevoza, kako bi osigurali njihov efikasan prevoz do sportskih objekata tokom trajanja događaja. Stoga su mega sportski događaji postali okidač za velika urbana unapređenja.²⁹

Uticaj Olimpijskih igara na fizičko okruženje uključuje izgradnju novih sportskih objekata, smeštaja, promena u izgledu grada i transportnih veza, kao i industrijskog prostora.

²⁸ Pellegrino G, Hancock H. (2010), *A Lasting Legacy - How Major Sport Events Can Drive Positive Change for Host Communities and Economies*, Deloitte Touche Tohmatsu, United Kingdom, str. 8

²⁹ Kitchen T. (1996), *Cities and the 'world events' process*, Town and Country Planning No. 11, str. 314-317

Održavanje Olimpijskih igara može da stvori dodatne probleme u okruženju, posebno privremene građevine koje se moraju srušiti nakon Igara. Praksa je da se ti objekti grade od materijala koji je kasnije moguće reciklirati, kako ne bi došlo do dodatnog zagađenja životne sredine.

2.6. Nasleđe organizacije velikih sportskih događaja

Dugoročno ekonomsko nasleđe se smatra najvećim izazovom za realizaciju. Nasleđe je u najvećoj opasnosti nakon događaja, kada su sportisti i muzičke zvezde otišle, a politička pažnja se više ne fokusira na tu regiju i grad domaćina. Kako stadioni i parkovi nisu više pod strogim nadzorom, održavanje slabi i pažnja se usmerava na sledeći projekat. Političko vodstvo slabi ili se menja. Upravo stoga je Velika Britanija osnovala organizaciju koja će se baviti nasleđem tri godine pre nego što 2012. godine počnu Olimpijske igre u Londonu. Da bi se uspelo, domaćin mora da konsoliduje ostvarivanje pogodnosti pre nego što se događaj desi, jer nasleđe počinje od trenutka kada se preda kandidatura.

Olimpijske igre 1992. godine su imale ogroman uticaj na ekonomiju Barselone i regije. One su privukle velike investicije u infrastrukturne projekte koji su smatrani ključnim za podizanje životnog standarda, i napravile su grad još atraktivnijim za ulaganja u turizam.³⁰

Organizovanje velikog događaja daje gradu ili zemlji dozvolu da se kreću brzo i donose bitne odluke za širok spektar pitanja i aktivnosti koje bi se obično zaglavile u beskrajnim raspravama i birokratiji. Organizacija pruža krut i fiksni rok koji ubrzava razvoj infrastrukture i drugih aktivnosti poboljšanja za koje bi inače trebale decenije da se u potpunosti završe. Ono takođe podstiče saradnju između javnog sektora, privatnog sektora i lokalne zajednice. Ono ruši barijere između političkih elita i između različitih nivoa vlasti (nacionalnom, regionalnom i lokalnom). Poboljšava efikasnost rada vlade i daje primer za nove ideje i obrasce ponašanja, kao što su održivost životne sredine, raznolikost i učešće lokalne zajednice.

³⁰ Pellegrino G, Hancock H. (2010), *A Lasting Legacy – How Major Sporting Events Can Drive Positive Change for Host Communities and Economies*, Deloitte Touche Tohmatsu, United Kingdom, str. 6-7

Veliki događaj ima potencijal da stvori trajno nasleđe koje obezbeđuje gradu domaćinu ili zemlji nove nivoe globalnog priznanja i ekonomskog, političkog i društvenog razvoja. S druge strane, ako se ne upravlja na dobar način organizacijom, veliki događaj takođe ima potencijal da ostavi razočaravajuće nasleđe napuštenih stadiona, propuštene prilike za razvoj, investicije i izgubljene investicije.

Fokus je na nasleđu nakon događaja, a ne samo na događaj. Pitanja nasleđa posle događaja mogu izgledati dosadno i udaljeno u odnosu na uzbuđenje i neposrednost priprema za sam događaj. Međutim, oni su podjednako važni, i zahtevaju pažnju i plansko investiranje. Željeni efekti nasleđa se neće dogoditi automatski. Gradovi domaćini i države ne bi trebalo da pomisle da će uspešno realizovan događaj automatski isporučiti željene promene i dugoročne koristi. Za stvaranje pozitivnog i trajnog nasleđa potrebno je snažno liderstvo i održiva posvećenost.

Veliki sportski događaji su izuzetno skupi za organizovanje. Činjenica da traju samo dve do četiri nedelje opravdava zahteve javnosti da se kreiraju dugoročni proračuni i benefiti od ovakovog poduhvata. U literaturi se mogu naći različita mišljenja o efektima organizacije, kao i o ukupnom nasleđu, bilo da je u pitanju pozitivan ili negativan aspekt. U Tabeli broj 2.4. nalazi se prikaz nasleđa koje donosi organizacija mega sportskog događaja.

Tabela 2.4. Pozitivno i negativno nasleđe organizacije mega sportskih događaja

Pozitivno nasleđe	Negativno nasleđe
Izgradnja novih objekata	Veliki troškovi izgradnje
Izgradnja opšte infrastrukture	Investicije u projekte koji nisu od primarnog značaja za grad
Oživljavanje urbanih sredina	Prezaduživanje javnog sektora
Međunarodna reputacija	Povremene gužve u sistemu transporta
Povećan broj novih turista	Smanjivanje broja stalnih posetilaca
Poboljšan kvalitet života	Povećanje cene zakupa nekretnina
Nova radna mesta	Poslovne aktivnosti, kao i nova radna mesta koja se otvaraju su privremenog karaktera
Poslovne mogućnosti za lokalnu privredu	Društveno nejednako premeštanje
Izmeštanje korporativnog sektora	
Marketing za grad	
Obnovljen duh lokalne zajednice	
Međuregionalna saradnja	
Nove ideje	
Stvaranje novih kulturnih vrednosti	
Sećanje na događaj	
Obrazovanje	
Iskustvo i znanje stečeno organizacijom	

Izvor: Preuss H. (2006) *Lasting Effects of Major Sporting Events*, www.idrottsforum.org (ISSN 1652-7224), str. 2

3. Olimpijske igre i turizam

3.1. Olimpijski turisti

Identifikovano je devet kategorija ljudi na koje Olimpijske igre utiču, analizirajući velike događaje koje uključuju više različitih sportova. Četiri od ovih kategorija se odnose na one koji žive u gradu, a to su: rezidenti, oni koji ostaju kod kuće (Home-Stayers), oni koji odlaze (Runaways) i oni koji nešto menjaju (Changers). Preostalih pet kategorija se odnose na one koji ne žive u gradu domaćinu ili u regionu. Četiri od ovih pet kategorija će biti u gradu za vreme Igara, a to su: posetioci Igara, oni koji produžavaju odmor (Extensioners), usputni (Casuals) i oni koji se prilagođavaju (Time-Switchers). Poslednja kategorija, oni koji izbegavaju Igre (Avoiders), predstavljaju potencijalne turiste koji ne posećuju Olimpijske igre.

Oni koji žive u gradu/regionu domaćinu

- Rezidenti - oni koji žive u gradu domaćinu i koji bi ostali u gradu tokom trajanja Olimpijskih igara, čak i da nije u planu održavanje istih.
- Oni koji ostaju kod kuće (Home-Stayers) - oni koji su odlučili da provedu svoj odmor kod kuće, zato što njihov grad ili region organizuje Olimpijske igre. Da se Igre ne organizuju, ova grupa bi otišla na odmor van grada ili regiona u nekom trenutku tokom godine, ali su promenili planove kako bi proveli vreme za odmor kod kuće za vreme Igara.
- Oni koji odlaze (Runaways) - lokalni rezidenti koji planiraju odmor ili put van grada/regiona za vreme trajanja Igara. Ovaj put predstavlja dodatno putovanje ili odmor koje se inače ne bi preduzelo, već je posebno planirano da bi se izbegle Olimpijske igre.

- Oni koji menjaju (Changers) - oni koji menjaju vreme svog odmora ili puta van grada/regiona domaćina u vreme Igara. Za razliku od putovanja onih koji odlaze, ova putovanja ne predstavljaju dodatna putovanja ili odmor.³¹

Turisti koji dolaze u grad/region

- Posetioci Igara - oni ljudi koji su doputovali u grad/region domaćina Igara, upravo zbog Olimpijskih igara. Ova kategorija ne bi u suprotnom posetila ovaj grad ili region da nije Olimpijade.
- Oni koji produžavaju odmor (Extensioners) - oni ljudi koji bi posetili grad/region kao turisti bez obzira na organizovanje Olimpijskih igara, ali su odlučili da produže svoj boravak u gradu/regionu zbog održavanja Olimpijskih igara.
- Usputni posetioci (Casuals) - turisti koji bi svakako bili u gradu/regionu u vreme održavanja Igara, čak i u slučaju da se Igre ne organizuju. Ovo su turisti koji nisu napravili nikakve promene zbog održavanja Igara.
- Oni koji se prilagođavaju (Time-Switchers) - oni ljudi koji su planirali da posete grad/region, ali ne u periodu održavanja Igara. Oni su s namerom promenili planove za posetu gradu/regionu da se ne poklope sa održavanjem Igara.

³¹ Weed M. (2008), *Olympic Tourism*, First Edition, Elsevier Ltd, London, str. 48

Potencijalni turisti u gradu/regionu

- Oni koji izbegavaju Igre (Avoiders) - oni ljudi koji bi planirali da posete grad ili region, ali se drže podalje zato što grad/region ugošćuje Olimpijske igre. Ova kategorija ima dve pod kategorije:
 - (a) Oni koji otkazuju (Cancellers) - oni turisti koji su potpuno otkazali svoj put zbog organizovanja Igara;
 - (b) Oni koji se prilagođavaju (Pre-/Post-Games Switchers) - oni koji ne otkazuju svoje planove u potpunosti, već pomeraju svoj put tako da izbegnu Olimpijske igre.

Sve ove kategorije mogu imati pozitivan, negativan ili neutralan uticaj na turizam. Posetioci Igara i Oni koji produžavaju odmor (Extensioners) imaju pozitivan turistički uticaj na grad/zemlju domaćina, dok Oni koji se prilagođavaju (Time-Switchers) zapravo imaju neutralan uticaj, s obzirom da je turističko putovanje samo pomereno sa jednog na drugi period u toku godine. S druge strane, kategorija Rezidenata nema turistički uticaj na grad/zemlju domaćina, imajući u vidu da se radi o žiteljima grada koji nisu promenili svoje ponašanje kao rezultat održavanja Olimpijskih igara.

Ako smo već upoznati da Oni koji odlaze (Runaways) preduzimaju dodatno turističko putovanje da bi izbegli da budu prisutni u gradu domaćinu za vreme održavanja Igara, možemo slobodno reći da njihovo ponašanje ima negativan uticaj na turizam. Od svih navedenih kategorija Oni koji izbegavaju Igre (Avoiders) i Oni koji odlaze (Runaways) imaju jasan negativni uticaj na turizam grada domaćina. Oni koji se prilagođavaju (Pre-/Post-Games Switchers) i Oni koji menjaju (Changers) imaju neutralan uticaj na turizam, zato što oni samo menjaju vreme svog turističkog putovanja. Oni koji ostaju kod kuće (Home-Stayers) bi se odrekli turističkog putovanja van grada domaćina kako bi bili u gradu za vreme održavanja Olimpijskih igara. Činjenica da bi oni otkazali put van grada domaćina znači da njihova promena ponašanja ima pozitivan turistički uticaj.

Usputni posetioci (Casuals) su ekvivalenti Rezidentima kako Olimpijske igre nisu promenile njihovo planirano turističko ponašanje. Njihova poseta gradu je planirana bez obzira

na održavanje Olimpijskih igara i kao takvi mogu se smatrati za grupu sa neutralnim uticajem na turizam.³² Uticaj i priroda različitih grupa je sumirana u Tabeli 3.1.

Tabela 3.1. *Uticaj i priroda ljudi na koje Olimpijske igre utiču tokom njihovog održavanja*

	Turistički uticaj	Olimpijski turisti
Rezidenti	Neutralan	Ne
Home-Stayers	Pozitivan	Ne
Runaways	Negativan	Da, ali negativno motivisani
Changers	Neutralan	Da, ali negativno motivisani
Posetioци događaja	Pozitivan	Da
Extensioners	Pozitivan	Da
Casuals	Blago pozitivan	Da, zbog njihovog ostanka
Time-Switchers	Blago pozitivan	Da
Avoiders Cancellers	Negativan	Da, ako je put u grad domaćina zamenjen putovanjem u drugu destinaciju
Avoiders Pre-/Post-Games Switchers	Neutralan	Da, ali negativno motivisani

Izvor: Weed M. (2008), *Olympic Tourism*, First Edition, Elsevier Ltd, London, str. 54

U Tabeli 3.2. prikazan je uticaj turista koji posećuju grad domaćina Olimpijskih igara pre ili posle održavanja samih Igara na turizam grada domaćina.

Tabela 3.2. *Uticaj turista koji dolaze u periodu pre ili posle Olimpijskih igara*

	Turistički uticaj	Olimpijski turisti
Sportski turisti pre/posle Igara	Pozitivan	Da
Opšti turisti pre/posle Igara	Pozitivan	Da
Usputni turisti pre/posle Igara	Neutralan	Potencijalni
Oni koji izbegavaju dolazak pre Igara	Negativan	Da, ali negativno motivisani
Oni koji izbegavaju dolazak posle Igara	Negativan	Da, ali negativno motivisani

Izvor: Weed M. (2008), *Olympic Tourism*, First Edition, Elsevier Ltd, London, str. 59

³² Weed M. (2008), *Olympic Tourism*, First Edition, Elsevier Ltd, London, str. 49-55

Analiza ljudi na koje događaj kao što su Olimpijske igre utiče predstavlja mikro analizu Olimpijskog turizma. Trebalo bi uzeti u obzir turističke tokove između gradova, regiona i zemalja koja su možda podstaknuta Olimpijskim igrama. Kako postoji veliki broj individualnih faktora motivacije za putovanjima, sklonost putovanjima je makro koncept za sklonost jedne populacije za putovanjima. Sklonost ka putovanjima predstavlja funkcionisanje kontekstualnih, ličnih i faktora snabdevanja.³³

3.2. Volonteri i njihov značaj za imidž grada domaćina

Volonteri su osobe koje pomažu sportistima, predstavnicima medija, zvaničnicima i gledaocima tokom trajanja Igara. Oni predstavljaju dušu i nepresušnu snagu Organizacionog komiteta svakih Igara. Želja za volontiranjem kod ljudi najčešće je motivisana:

- njihovim nacionalnim ponosom;
- mogućnošću nesmetanog kontakta sa velikim brojem ljudi različitih kultura, rasa i običaja;
- sklapanjem novih prijateljstava;
- željom da se kao pojedinac oseća vredan i poseban u društvu.³⁴

³³ Weed M. (2008), *Olympic Tourism*, First Edition, Elsevier Ltd, London, str. 57-62

³⁴ Trkulja M. (2008), *Marketing sportskog događaja*, Alpha design, Beograd, str.42

Tabela 3.3. Broj volontera angažovanih na Olimpijskim igrama 1980 – 2006

Olimpijske igre	Broj volontera
Lejk Plesid 1980.	6.703
Sarajevo 1984.	10.450
Los Andeles 1984.	28.742
Kalgari 1988.	9.498
Seul 1988.	27.221
Barselona 1992.	34.548
Albertvil 1992.	Bez podataka
Lilehamer 1994.	9.054
Atlanta 1996.	60.422
Nagano 1998.	32.579
Sidnej 2000.	47.000
Solt Lejk Siti 2002.	19.000
Atina 2004.	60.000
Torino 2006.	18.000

Izvor: Karlis G. (2006), *Volunteerism and multiculturalism: A linkage for future Olympics*, Marketing report, Torino, str. 4

Iskustvo na Olimpijskim igrama volonterima pruža priliku za prezentaciju svojih mogućnosti, kao i obrazovanje. Veliki broj gostiju, kao i tenzija samog događaja dovode volontere pod veliki pritisak, koji svoja znanja i veštine moraju stalno stavljati u funkciju rešavanja problema. Na taj način volonterima se pruža jedinstveni radni ambijent i spektar različitih iskustava. Svakodnevno angažovanje pruža im priliku da saznaju više o drugim narodima, kulturama, kao i o sebi samima. Posvećenost volontera poslu, koja je rezultat njihove iskrene zainteresovanosti da uspešno obave zadatke predstavlja važnu pobedu duhovnog nad materijalnim.³⁵

³⁵ Milenković M. (2011), *Master rad: Veliki sportski događaj kao oblik sportskog turizma, sa posebnim osvrtom na Olimpijske igre*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 69

3.3. Razvoj grada izazvan organizacijom Olimpijskih igara

Značajna infrastrukturna ulaganja neophodna za velike sportske događaje mogu imati pozitivan i trajan uticaj na zajednicu, ako su pažljivo isplanirana i sprovedena. Odličan primer za ovu konstataciju je metro koji je izgrađen za Olimpijske igre u Minhenu 1972. godine, a koji i dalje služi kao deo transportnog sistema grada. Želja da se stvori novi centar grada na istočnoj strani grada, kao i privlačenje srednjoročne ekspanzije kapitala na istok, predstavlja tek neke od brojnih razloga Londona za isticanje kandidature za Olimpijske igre 2012. godine.

Infrastruktura neophodna za veliki sportski događaj bi se u svakom slučaju izgradila, ali bi oduzela mnogo više vremena da se razvije. Na primer, veliki projekat kao što je metro u Minhenu završen je u roku od pet godina za vreme Olimpijade, a to je projekat za koji je obično potrebno 10 do 15 godina da se završi.³⁶

Kako bi organizovali i implementirali sve aspekte nekog velikog sportskog događaja, pre svega Olimpijske igre, potrebno je izgraditi specijalizovanu infrastrukturu. Šesto miliona dolara utrošeno je za direktno poboljšanje infrastrukture za Atlantu 1996. godine. Za domaćina Zimskih olimpijskih igara u Naganu 1998. godine potrošeno je 1,3 milijarde dolara, dok je Peking investirao preko 20 milijardi dolara za poboljšanje infrastrukture za Letnje olimpijske igre.³⁷

Infrastruktura obuhvata sportsku infrastrukturu za takmičenje i treniranje, ali i opštu infrastrukturu grada kao što su aerodromi, putevi, telekomunikacije, hoteli, smeštaj (za sportiste, predstavnike medija i zvaničnike), zabavni sadržaji, sajmovi, parkovi i srodne infrastrukture. Infrastruktura koja se gradi namenski mora da se uklopi u generalni urbanistički plan grada i strategije razvoja.³⁸

³⁶ Liu Zhi (2006), *Holding a Successful Olympic Games in 2008 and Promoting the Development of Beijing*, New Beijing, str. 42

³⁷ Mathenson V, Baade R. (2002), *Mega Sporting Events in Developing Nations - Playing the Way to Prosperity?*, Northeast Universities Development Consortium Conference, str. 5

³⁸ Sterken E. (2006), *Growth Impact of Major Sporting Events*, European Sport Management Quarterly, Vol. 6, No. 4, str. 380

3.4. Efekti Olimpijskih igara na turizam grada domaćina

Olimpijske igre predstavljaju najveći sportski događaj na svetu. Nema sumnje da su Olimpijske igre prekretnica za grad domaćina što se turizma tiče, posmatrajući periode pre i posle Olimpijade. Takođe se mora naglasiti da su Igre ništa više do instrumenta koji omogućuje gradu domaćinu da proširi turistički kapacitet, medijski događaj koji domaćina smešta u centar turističkog interesovanja kako pre, tokom, tako i do nekoliko godina posle Olimpijade.

Olimpijada se može smatrati podsticajem za sveobuhvatni proces analize grada u smislu turističke atrakcije. Ovaj proces počinje godinu dana nakon nominacije grada za domaćina. Jedan od važnih koraka je promocija grada u turističkom smislu. Ovaj proces uključuje i ispitivanje prethodne turističke politike grada i pravac kojim treba da se kreće u budućnosti.

Uticaj Olimpijskih igara na uspešan turistički bilans zemlje domaćina se može videti na primeru Barselone. Olimpijske igre su smestile Barselonu u centar turističkog interesovanja, a turistička politika koja se bazirala na promociji je ojačala poziciju Barselone. Zbog Olimpijade se obnovila sva postojeća turistička infrastruktura, kako kvalitativno tako i kvantitativno. Barcelona je doživela spektakularan rast u smislu turističke posete tokom perioda od 12 godina (od 1990-2002).

Same Igre u toku odigravanja privuku veliki broj posetilaca, gledalaca, učesnika igara i olimpijski tim (Tabela 3.4.). Tu su i predstavnici medija i zvaničnici mnogih zemalja. Ali uticaj Olimpijade na turizam zemlje domaćina je puno veći nakon odigravanja samih igara.

Tabela 3.4. *Broj posetilaca na Olimpijadama*

Grad domaćin	Posetioci	Olimpijski tim	Ukupno
Los Angeles	688.760	28.460	717.220
Seul	240.000	39.332	279.332
Barcelona	422.666	55.000	477.666
Atlanta	895.557	72.543	968.000
Sidnej	418.000	57.000	475.000

Izvor: www.olympics.org, od petka 15. juna 2012. godine

Nakon Olimpijskih igara su usledili neki veliki događaji koji su se nadovezali na postojeći medijsku i infrastrukturnu nadgradnju Barselone, koji su direktan rezultat post-olimpijskih pozitivnih efekata. S obzirom da je Barcelona turistički interesantna lokacija, zahvaljujući Olimpijadi formiran je program „Barcelona Sports“, koji je predstavio Barcelonu interesantnom za ovaj vid tematskog turizma, pa je ona postala grad domaćin sportskih manifestacija.

Barcelona je dobar primer gde veliki sportski događaji mogu promeniti turističku percepciju samog grada. Statistički podaci koji su pokazatelji uticaja Igara na turizam prikazani su u predstojećim tabelama.

Tabela 3.5. Turistički pokazatelji u Barseloni

	1990.	1992.	2000.	2001.	2002.
Broj hotela	118	148	187	203	223
Sobe	10.265	13.352	16.561	18.141	19.628
Kreveti	18.569	25.055	31.338	34.303	36.901

Izvor: www.olympics.org , od ponedeljka 25. juna 2012. godine

Tabela 3.6. Zauzetost hotelskih smeštaja u Barseloni

	1990.	1992.	1998.	1999.	2000.	2001.
Rezervacije	71%	64%	81,2%	80,6%	84%	79%

Izvor: www.olympics.org , od ponedeljka 25. juna 2012. godine

Usled povećanja smeštajnih kapaciteta, stvaraju se mogućnosti da grad domaćin Olimpijade bude organizator velikih dešavanja i to ne samo sportskih već i kulturnih, poslovnih i drugog tipa. Povećanje smeštajnih kapaciteta ide ruku pod ruku sa povećanim interesovanjem i posetama. U 2001. godini bilo je 8 miliona noćenja i 3.378.635 posetilaca. Analiza perioda 1990-2001. pokazuje skok u broju noćenja od 110% i 95% u broju posetilaca.

Tabela 3.7. Broj noćenja i poseta u Barseloni

	1990.	1992.	2000.	2001.
Turisti	1,732,902	1,874,734	3,141,162	3,378,635
Noćenja	3,795,522	4,333,419	7,777,580	7,969,496

Izvor: www.olympics.org , od ponedeljka 25. juna 2012. godine

Da bi se videlo da je taj uspeh rezultat Olimpijskih igara, evo poređenja Barselone sa drugim turističkim centrima od 1990-2000. godine.

Tabela 3.8. Broj poseta velikim turističkim centrima i rast

Grad	1990.	2000.	Varijacija %
London	91.300.000	120.400.000	31,9
Pariz	31.166.172	31.633.273	1,5
Dablin	15.359.000	16.898.000	10
Rim	12.915.225	14.781.281	14,4
Madrid	9.481.728	12.655.413	33,5
Berlin	7.243.638	11.412.925	57,6
Prag	4.524.000	7.921.953	75,1
Barselona	3.795.522	7.777.580	104,9
Amsterdam	5.720.500	7.766.000	35,8
Minhen	6.923.970	7.756.152	12

Izvor: www.olympics.org , od ponedeljka 25. juna 2012. godine

Ono što pokazuje još veći uticaj Olimpijade na turizam zemlje domaćina je transformacija vrste turizma koja je dominantna u gradu domaćinu. Naime Barselona je bila industrijski i poslovni grad, pa je privlačila poslovni svet. Godine 1990. samo 23% posetilaca Barselone su bili turisti koji dolaze radi odmora, dok su 70% posetilaca činili poslovni ljudi. Danas Barselona ima imidž urbanog turističkog centra, privlačeći sve više turista. Barselona je iz sivog, industrijskog grada pretvorena u Kopakabanu Mediterana.

Nakon Igara se povećava i interesovanje za poslovni i kongresni turizam u gradu koji je bio domaćin, usled promocije koji grad doživi zahvaljujući Olimpijskim igrama. Sem medijske promocije, ovome doprinose i velike hale i centri koji se grade za potrebe Olimpijade, a posle se koriste u svrhu kongresnog turizma.

Jedan od najboljih pokazatelja pozitivnog uticaja Olimpijskih igara na turistički bilans grada domaćina jeste broj turista. Barselonu 1990. godine, dve godine pre početka Olimpijskih igara, posetilo je 1,7 miliona turista, a do 2001. godine taj broj je porastao na 3,4 miliona.

Ovde su navedeni pozitivni rezultati, koji se najčešće javljaju, iako efekti Olimpijskih igara mogu biti i negativni. Primera radi, Olimpijske igre održane u Atlanti 1996. godine su bile organizacioni promašaj i izostao je postolimpijski turistički rast.

Benefiti za grad domaćina kao rezultat organizovanja Olimpijskih igara

Olimpijske igre u Sidneju 2000. godine su pokazale ostalim budućim organizatorima kako bi trebalo predstaviti zemlju na turistički interesantan način. Australija je iskoristila domaćinstvo Igara da se predstavi kao raznolika zemlja koja ima puno toga da ponudi, na jedan topao i prijateljski način. To se očito dopalo turistima, pa je 2005. godine, pet godina nakon održavanja Olimpijskih igara, Australija izabrana za turističku destinaciju broj jedan u svetu.

Olimpijske igre održane 2008. godine u Pekingu su donele dosta pozitivnih rezultata u turističkoj ekonomiji Kine, koja je u velikoj meri bila kočena od strane političkih uticaja. Naime, za potrebe Olimpijade je dozvoljen priliv od stranog kapitala u hotelsku industriju, što je u velikoj meri popravilo i povećalo hotelske kapacitete Pekinga. A taj broj se povećava 8 do 9% godišnje u roku od deset godina od održavanja Igara.

Može se reći da su Olimpijske igre otvorile vrata turistima, a to se oseća nakon igara (Tabela 3.9.). Ovaj pozitivan uticaj nije se odrazio samo na Peking, već i na Šangaj, Ksian i druge gradove.

Tabela 3.9. Tabelarni prikaz posete pre, tokom i posle Olimpijskih igara

SEUL	Rast u Svetu %	Rast u J. Koreji %	Razlika
8 do 5 godina pre OI	1,0	1,9	0,9
4 do 1 godine pre OI	6,3	12,0	5,7
Olimpijska godina	7,0	24,9	17,9
1 do 4 godine posle OI	5,7	8,5	2,8
BARSELONA	Rast u Svetu %	Rast u J. Koreji %	Razlika
8 do 5 godina pre OI	6,3	9,8	3,5
4 do 1 godine pre OI	5,4	8,7	3,4
Olimpijska godina	8,4	6,0	-2,5
1 do 4 godine posle OI	4,6	10,3	5,7
SIDNEJ	Rast u Svetu %	Rast u J. Koreji %	Razlika
8 do 5 godina pre OI	5,2	12,6	7,5
4 do 1 godine pre OI	4,3	4,8	0,5
Olimpijska godina	7,4	10,6	3,2
1 do 4 godine posle OI	2,8	1,5	-1,3
ATINA	Rast u Svetu %	Rast u J. Koreji %	Razlika
8 do 5 godina pre OI	4,3	5,8	1,5
4 do 1 godine pre OI	2,1	1,7	-0,4
Olimpijska godina	10,2	-4,7	-14,9
1 do 4 godine posle OI	5,5	6,6	1,6
PROSEK	Rast u Svetu %	Rast u J. Koreji %	Razlika
8 do 5 godina pre OI	4,2	7,5	3,3
4 do 1 godine pre OI	4,5	6,8	2,3
Olimpijska godina	8,2	4,0	-4,3
1 do 4 godine posle OI	4,5	6,7	2,2

Izvor: www.olympics.org , od ponedjeljka 25. juna 2012. godine

4. CASE STUDY: Olimpijske igre London 2012

4.1. Socio-ekonomski uticaji

Ekonomski uticaj događaja može se definisati kao neto ekonomska promena u zajednici domaćina koji rezultira potrošnjom koja se pripisuje događaju.³⁹ Stoga je neophodno razumeti da direktni prihod mega sportskog događaja (prodaja karata, televizijska prava i sponzorstva) ne moraju nužno da doprinesu ekonomskom razvoju zajednice domaćina, pošto taj prihod uglavnom pokriva troškove organizovanja samog događaja.⁴⁰ Ekonomski uticaj mega sportskog događaja predstavlja mogućnosti da se poveća svest o gradu ili regionu domaćina kao turističke destinacije u očima javnosti i mogućnosti za potencijalne investicije i komercijalne aktivnosti u regionu.⁴¹

Ovde spadaju potencijalni ekonomski uticaji na London kao domaćina Olimpijskih igara 2012. godine. Tu se misli na uticaje u dva slučaja:

- globalni ekonomski profil koji uključuje sveukupni makroekonomski uticaj zajedno sa uticajima na infrastrukturu, unutrašnje investicije i turizam, kao i
- podrška poslovnih ljudi, inovacija i diversifikacija, koji uključuju efekte na kreiranje radnih mesta, šanse za lanac nabavke i razvoj klastera.

4.1.1. Globalni ekonomski profil

Održavanje Olimpijskih igara 2012. godine podrazumeva potencijalan porast ka opipljivom pozitivnom efektu na:

- ukupan nivo ekonomske aktivnosti (meren kao BDP)
- nivo investicija u infrastrukturu
- intenzitet unutrašnjih investicija i
- obrazac turizma.

³⁹ Crompton J. (1995), *Economic analysis of sport facilities and events: eleven sources of misapplication*, Journal of Sport Management No.1, str. 14-35

⁴⁰ Preuss H. (1998), *Problemizing the Arguments of the Opponents of Olympic Games*, Unpublished paper, Johannes Gutenberg University Mainz, Germany, str. 17

⁴¹ Essex S., Chalkley B. (1998), *Olympic Games - catalyst of urban change*, Leisure Studies No.3, London, str. 187-206

Tabela 4.1. predstavlja očekivane ekonomske uticaje dobijene analizom. Tabela prikazuje da će totalni BDP Velike Britanije u periodu od 2005. do 2016. porasti za 1,9 milijardu funti kao rezultat Olimpijskih igara. Tokom istog perioda, porast Londonskog BDP je procenjen na 5,9 milijardi funti, dok je porast BDP Istočnog Londona procenjen na 0,5 milijardi funti.

Prostorni nivo	Pre događaja (2005 - 2011)	Tokom događaja (2012)	Nakon događaja (2013 - 2016)	Ukupno (2005 - 2016)
Velika Britanija	248	1,067	622	1,936
London	3,362	925	1,613	5,900
Severoistočni London	464	31	31	525

Tabela 4.1. Prikaz očekivanih makroekonomskog uticaja (promene u BDP u milionima)⁴²

Rezultati iz Tabele 4.1. za London i severoistočni London pokazuju povećani BDP koji se odnosi na ljude koji rade u toj oblasti, ali ne moraju nužno tu i da žive.

Infrastruktura

Jedna od bitnih komponenti ekonomskog uticaja jeste očekivani porast potrošnje na infrastruktura poboljšanja. U Tabeli 4.2. je prikazano da se predlaže da između 11 i 12% od ukupnih efekata na BDP treba biti pripisano potrošnji na infrastrukturu.

Prostorni nivo	Ukupno (2005-2016)
Velika Britanija	196
London	623

Tabela 4.2. Prikaz očekivanih uticaja proizašlih iz infrastrukturne potrošnje
(uticaj na BDP, u milionima funti)⁴³

⁴² Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 5

Ulaganje u destinaciju

Istraživanja uticaja na prethodne Olimpijske igre su pokazala da ulaganja u domaćina Olimpijskih igara su privučena pripremama za Olimpijske igre, koje povećavaju globalni profil grada domaćina. London je već zvanično globalni grad i primarna destinacija za ulaganja u Velikoj Britaniji i Evropi. London se ipak susreće sa konkurencijom drugih zvaničnih ili rastućih gradova. Da bi se profil Londona razlikovao od drugih gradova, Olimpijske igre će se iskoristiti da se on promoviše kao međunarodna poslovna destinacija i da privuče investicije u London bez nekih direktnih veza sa Olimpijskim igrama.⁴⁴

4.1.2. Poslovna podrška, inovacija i diversifikacija

Tabela 4.3. prikazuje očekivani uticaj Olimpijskih igara na broj firmi u Velikoj Britaniji i Londonu. Može se videti da će u periodu od 2005. do 2016. godine biti u proseku 119 dodatnih firmi u Velikoj Britaniji i 439 dodatnih firmi u Londonu sa najvećim uticajem tokom trajanja Igara.

Prostorni nivo	Pre događaja (2005-2011)	Tokom događaja (2012)	Posle događaja (2013-2016)	Ukupno (2005-2016)
Velika Britanija	56	526	127	119
London	317	902	535	439

Tabela 4.3. Očekivani uticaji na kreiranje novih radnih mesta (prosečna promena u broju firmi)⁴⁵

⁴³ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 6

⁴⁴ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 6

⁴⁵ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 7

Glavni rastući sektor u Velikoj Britaniji biće građevinarstvo i kopneni prevoz putnika, reflektujući očekivane uticaje tokom perioda Igara, dok će uticaji u Londonu biti koncentrisani na tri sektora: kopneni prevoz putnika, poslovne usluge i sportske objekte.

Ljudi, veštine i zaposlenost

Da bi se pričalo o potencijalnim uticajima Olimpijskih igara u pogledu ljudi, veština i zaposlenosti, neophodno je imati u vidu osnovne podatke o okolini. Treba uzeti u obzir Indeks višestruke deprivacije (IMD). Njime se zapravo meri nivo višestruke deprivacije, gde imamo sledećih sedam indeksa deprivacije: prihoda, zaposlenosti, zdravlja, obrazovanja, veština i treninga, životnog okruženja i kriminala, kao i problemi sa smeštajem i uslugama.

Nivo IMD-a (u %)	Olimpijska zona	Pet Olimpijskih sela	London	Engleska
> 10 - 15	13%	17%	8%	5%
> 5 - 10	20%	19%	9%	5%
> 1 - 5	38%	18%	6%	4%
Do 1	4%	2%	1%	1%

Tabela 4.4. Nivoi deprivacije prihoda u Olimpijskog zoni, pet Olimpijskih sela, Londonu i Engleskoj⁴⁶

Nivo IMD-a (u %)	Olimpijska zona	Pet Olimpijskih sela	London	Engleska
> 10 - 15	25%	15%	6%	5%
> 5 - 10	16%	9%	4%	5%
> 1 - 5	4%	1%	1%	4%
Do 1	0%	0%	0%	1%

Tabela 4.5. Nivoi deprivacije vezane za zaposlenost u i oko Olimpijske zone⁴⁷

⁴⁶ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 9

⁴⁷ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 10

Nivo IMD-a (u %)	Olimpijska zona	Pet Olimpijskih sela	London	Engleska
> 10 - 15	9%	5%	3%	5%
> 5 - 10	5%	2%	1%	5%
> 1 - 5	0%	0%	0%	4%
Do 1	0%	0%	0%	1%

Tabela 4.6. Pozitivnija pozicija u odnosu deprivacije obrazovanja, veština i treninga u i oko Olimpijske zone⁴⁸

Zaposlenost

Održavanje Olimpijskih igara u delu Londona poznatog kao Lower Lea Valley (The Lower Lea Valley) će podstaći vitalni ekonomski regenerativni program u najsiriromašnijem i najmanje razvijenom delu Londona. Olimpijski park će omogućiti značajna poboljšanja u šansama za posao, edukaciji i osposobljavanju lokalnog stanovništva.

Prostorni nivo	Pre događaja (2005 - 2011)	Tokom događaja (2012)	Nakon događaja (2013 - 2016)	Ukupno
Velika Britanija	2.955	3.261	1.948	8.164
London	25.824	3.724	9.327	38.875
Severoistočni London	7.344	311	311	7.966

Tabela 4.7. Prikaz očekivanih uticaja na zaposlenost u određenim delovima Velike Britanije.⁴⁹

⁴⁸ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 10

⁴⁹ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 10

Dokazi o društvenim koristima od raznih inicijativa vezanih za sport širom Velike Britanije ukazuju na to da Olimpijske igre mogu biti instrument u podržavanju šire regenerativne politike, na primer:

- jačanjem nerazvijenih grupa kroz mogućnosti zaposlenja vezane za Olimpijske igre
- poboljšanjem izgleda za zaposlenje kroz iskustvo stečeno pre i tokom Igara i
- povećanjem socijalne integracije i kooperacije kroz razvoj lokalnih preduzeća i drugih inicijativa fokusiranih na Olimpijske igre.

Ovi efekti mogu uticati i na stopu kriminala, postignuća u obrazovanju i dobrobit celokupne zajednice.⁵⁰

„Spremnost da se plati“

Važan deo analize bio je i podatak koliko su ljudi spremni da plate za neopipljive koristi vezane za održavanje Olimpijskih igara. Rezultati analize su prikazani u Tabeli 1.8. Za Veliku Britaniju u celosti, vrednost neopipljivih koristi je procenjena na 3,2 milijarde funti. To znači da, u proseku, londonska domaćinstva su spremna da plate 22 funte godišnje u periodu od 10 godina kako bi se Igre održale, dok su domaćinstva u Mančesteru i Glazgovu (druge dve lokacije gde su preduzeti radovi) spremni da plate 12 funti godišnje u istom periodu.

Ponašanje i utisci o Olimpijskim igrama su veoma pozitivni sa 79% stanovništva Londona koji su podržali kandidaturu i 81% stanovništva Velike Britanije van Londona koji su podržali kandidaturu. Velika većina stanovništva smatra da su neopipljive koristi važnije ili bar podjednako važne kao i opipljive koristi.

⁵⁰ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 11

Prostorni nivo	Ukupno
Velika Britanija	3,209
London	687

Tabela 4.8. Spremnost da se plati za neopipljive koristi od Olimpijskih igara (u milionima funti)⁵¹

Najznačajnije neopipljive koristi su ujedinjenje ljudi, stvaranje „feel good“ faktora, jačanje nacionalnog ponosa, motivisanje dece i nasleđe sportskih objekata. S druge strane, manje važnosti je dato očekivanim uticajima na fizičku okolinu i promovisanje zdravog života.

Prodaja karata

Očekuje se da se 80% karata proda u Velikoj Britaniji, a 20% internacionalno. Iskustvo od prethodnih Igara pokazuju da većina posetilaca dolazi sa udaljenosti od maksimum sat vremena. Većina posetilaca uglavnom spada u grupu dnevnih posetilaca, ali uvek ima i onih koji će se zadržati. Najveći broj posetilaca Olimpijskih igara u Londonu 2012. godine bio je iz SAD-a, Kanade, Australije, Francuske, Nemačke, Holandije, Japana.⁵²

Faktori koji utiču na prodaju karata su:

- kultura i atmosfera grada,
- lokacija i pristupačnost grada,
- internet prodaja karata i
- globalna finansijska kriza.

⁵¹ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 12

⁵² www.slideshare.net, pristup sajtu 10.04.2013.

4.2. Socio-kulturni uticaji

Ako gledamo na mega sportski događaj samo kao sportski festival, može se reći da će takav događaj obezbediti socio-kulturne koristi za region domaćina. Na primer, događaji veličine Olimpijskih igara mogu da povećaju lokalno interesovanje i učešće u sportskim aktivnostima i da ojačaju regionalnu tradiciju i vrednosti i da povećaju lokalni ponos i duh zajednice.⁵³

Povećano učešće u sportskim aktivnostima može značajno da doprinese kvalitetu života kako individualca tako i zajednice. Povećano sportsko učešće stvara osećaj blagostanja kroz zabavu i razonodu, vodeći ka samoispunjenju i postizanju ciljeva i podstiče socijalnu interakciju i koheziju za one koji se možda osećaju socijalno isključeni. Organizovanje mega sportskog događaja može da obezbedi lokalitete sa mogućnošću generisanja svetske prepoznatljivosti i pojačati njihov lokalni ponos i duh zajednice.

Socijalni i kulturni uticaji događaja na okruženje mogu da budu pozitivni i negativni. Pod pozitivnim socijalnim i kulturnim uticajima događaja podrazumeva se:

- Raznolikost i prihvaćenost doživljaja,
- Obnavljanje tradicije,
- Izgrađivanje prepoznatljivog identiteta okruženja,
- Potvrđivanje grupa u okruženju,
- Prihvatanje novih ideja, običaja, načina ponašanja, životnih stilova i stavova,
- Proširivanje socijalnih i kulturnih perspektiva.

Negativni socijalni i kulturni uticaji su:

- Otudenost programa u odnosu na okruženje događaja,
- Izneverena očekivanja posetilaca,
- Negativan imidž programa i posetilaca događaja,
- Neprimereno ponašanje posetilaca,
- Poremećena socijalna i kulturna vrednost događaja,
- Gubitak privlačnosti programa događaja.

⁵³ Ritchie J. R. (1984), *Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues*, Journal of Travel Research No. 2, str. 2-11

Socijalni i kulturni uticaji događaja na okruženje određeni su i fizičkom veličinom događaja. Događaji malog i lokalnog obima ne mogu proizvesti identične socijalne i kulturne uticaje na okruženje kao što to čine veliki i mega događaji.⁵⁴

Kulturno nasleđe

Olimpijski park će omogućiti lokalnom stanovništvu napredak u kulturnim pravima i socijalnoj integraciji. Igre će takođe promovisati pristupačnost i inkluziju, bitne ciljeve u tako raznolikom gradu kao što je London. Olimpijske igre će isto tako ojačati i obogatiti kulturne aktivnosti, izgradnju na mestu bogatog nasleđa istočnog Londona i stvaranju novih mogućnosti.⁵⁵

„Kulturna distanca“ je termin koji se infiltrirao u literaturu poslovnih studija nakon što je u svojoj studiji Hofstede identifikovao četiri vrednosne dimenzije koje razlikuju ljude različitih nacija: snaga udaljenosti, izbegavanje neizvesnosti, individualizam/kolektivizam i muškost/ženskost.⁵⁶ Kasnije je Hofstede dodao i petu dimenziju: dugoročnu/kratkoročnu orijentaciju. Ove dimenzije su kasnije primenjene i na turizam i turistička putovanja.

Mnogi uticaji na sklonost ka putovanjima dosta liče na četiri glavna elementa kulture koja mogu da utiču na percepciju kulturne distance i stoga utiču na ponašanje turista. Ovi uticaji su:

- nacionalna kultura turiste,
- individualna (internalizovana) kultura turiste,
- kultura destinacije i
- „distanca“ između kulture doma turiste i kulture destinacije.⁵⁷

⁵⁴ Pivac T. (2011) *Menadžment događaja*, Univerzitet u Novom Sadu, str. 36-37

⁵⁵ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 10

⁵⁶ Hofstede, G. (1980), *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Beverley Hills, str. 7

⁵⁷ Ng, S.I, Lee, J.A. and Soutar, G.N. (2007), *Tourists' intention to visit a country: The impact of cultural distance*, Tourism Management, str. 15

Uticaj kulturnih razlika na sklonost ka putovanjima je predmet rasprave u turističkoj literaturi već neko vreme, zapravo otkad je nagovešteno da kulturne razlike ili percepcije kulturnih razlika u hrani, jeziku, čistoći, tempu života, rekreaciji, standardu života, humoru, intimnosti, privatnosti i formalnosti mogu uticati na sklonost ka putovanjima.⁵⁸

Tako je pre i tokom trajanja Olimpijskih igara 2008. godine glavni cilj Pekinga i Vlade Kine bio da približi nacionalnu kinesku kulturu celom svetu. Akcioni plan Olimpijskih igara u Pekingu 2008. godine naglasio je kao glavni cilj da Peking i Kina postanu otvoreniji ostatku sveta i da treba da kreira novi, prepoznatljivi imidž.

Kako je navedeno, Olimpijske igre su trebale da predstave Kinu u drugom svetlu i to kao otvorenu zemlju koja se velikom brzinom razvija.⁵⁹ Igre su iskorišćene i da se predstavi istorija i razvoj Pekinga, kao i prijateljstvo i gostoprimstvo njegovih građana.

Zabavne aktivnosti koje demonstriraju dubinu kineske kulture i njen trajni šarm su organizovane kako bi se iskoristila jedinstvena prilika susreta Istoka i Zapada.⁶⁰

⁵⁸ Spradley, J.P., Philips, M. (1972), *Culture and Stress: A Quantitative Analysis*, American Anthropologist No. 74, str. 518–529

⁵⁹ Beijing Organising Committee for the Olympic Games (2003), *Beijing Olympic Action Plan*, Beijing, str. 3

⁶⁰ Beijing Organising Committee for the Olympic Games (2003), *Beijing Olympic Action Plan*, Beijing, str. 4

4.3. Turistički uticaji

Turizam je jedan od vodećih rastućih sektora u međunarodnom tržištu usluga. Dok mnogi faktori utiču na rast turizma, jedan od najprimetnijih doprinosa, bar u očima javnosti, dolazi od globalnih događaja ili mega događaja.

Mega događaji su veliki kulturni (s tim u vezi i komercijalni i sportski) događaji koji imaju dramatični karakter, masovno su popularni i internacionalno značajni. Ovi događaji, kao što su Olimpijske igre, ne privlače samo povećanu globalnu publiku, već takođe oblikuju šablone svetskog turizma, ističući nove turističke destinacije i kreirajući takozvano trajno nasleđe u gradovima domaćinima ili zemljama domaćinima.⁶¹

Ovogodišnji „Olimpijski period” doneo je povećanje u broju noćenja u Londonu za 62,7% u odnosu na isti period prošle godine. Sa rastom potražnje rasle su i cene, pa je tako u ovom periodu cena hotelskih soba skočila za 55,2% u odnosu na prošlu godinu, odnosno u proseku za oko 60 funti.

Hotelijeri su bili dosta umereniji sa cenama u vreme održavanja Paraolimpijskih igara (najuspešnije u istoriji) i prosečna cena sobe, u odnosu na prošlu godinu, porasla je za samo 1,3%, dok su prihodi povećani za 5,7% u odnosu na isti period prošle godine.

Sveukupno gledano, londonski hotelijeri su imali uspešan Olimpijski period. Ono čemu se svi nadaju je da će im Olimpijske igre doneti dosta novih standardnih gostiju koji će se rado vratiti u London, ali i u njihove objekte. Jedno je sigurno – bolju šansu za dokazivanje, predstavljanje u najboljem izdanju i pridobijanje gostiju nisu mogli da imaju. Po svemu prikazanom, a i po prognozama mnogih analitičara, hotelijeri Londona smatraju da je tzv. Olimpijska udica uspešno zabačena.⁶²

⁶¹ Fourie J, Santana-Gallego M. (2010), *The impact of mega-sport events on tourist arrivals*, Stellenbosch Economic Working Paper, Matieland, str. 3

⁶² www.turizamiputovanja.com poseceno 29.06.2013.

Održavanje Olimpijskih igara nudi mogućnost za privlačenje većeg broja posetilaca u London i možda čak i u druge krajeve Velike Britanije. Takođe nudi mogućnost da se London promoviše kao atraktivnija međunarodna turistička destinacija i na taj način se stimuliše neprekidan uticaj na broj posetilaca i/ili potrošnje.⁶³

Prostorni nivo		Pre događaja (2005-2011)	Tokom događaja (2012)	Posle događaja (2013-2016)	Ukupno (2005-2016)
Velika Britanija	Domaći	-	-2	454	518
	Strani	-	66		
London	Domaći	-	1	162	244
	Strani	-	81		

Tabela 4.9. Prikaz očekivanih uticaja na turizam (u milionima funti)⁶⁴

Iako postoji veliki broj individualnih motivacija za putovanje, sklonost ka putovanjima je makro koncept koji je usko povezan sa sklonošću populacije ka putovanjima. Sklonost ka putovanjima je zbor ličnih i kontekstualnih ili dodatnih faktora, kao i faktora snabdevanja.⁶⁵

Kontekstualni uticaji su vezani za nivo ekonomskog razvoja i bogatstva, karakteristike populacije i političkih ili moćnih veza. Lični uticaji su vezani za varijacije u načinu života, životnom ciklusu i ličnosti. Faktori snabdevanja se odnose na dostupnost turističkih mogućnosti i uključuje uticaje kao što su tehnologija, cena, učestalost i brzina transporta, kao i karakteristike smeštaja, objekata i turističkih organizatora.⁶⁶

⁶³ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 6-7

⁶⁴ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 6

⁶⁵ Boniface, B.G, Cooper, C. (2001), *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*, Oxford, Butterworth-Heinemann, str. 14

⁶⁶ Weed M. (2008), *Olympic Tourism*, First Edition, Elsevier Ltd, London, str. 61

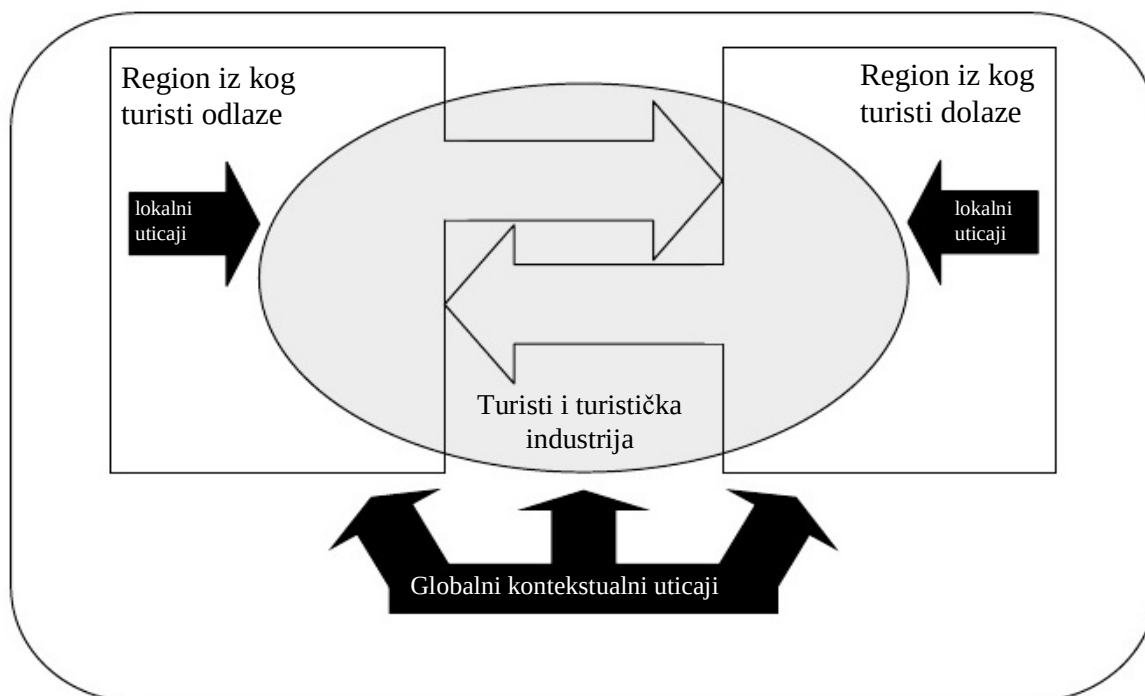


Figura 4.1. Turistički sistem⁶⁷

Figura 4.1. pokazuje ne samo kretanje turista između regiona, već i faktore koji utiču na ta kretanja. U analizi uticaja aktivnosti vezanih za Olimpijske igre na model turističkog sistema, grad/region domaćin će biti i region iz kog turisti odlaze i region iz kog turisti dolaze, jer će biti turista koji će posetiti grad/region domaćina zbog tih aktivnosti vezanih za Olimpijske igre ili će zbog istih tih aktivnosti privremeno napustiti grad/region domaćina. Samim tim, neki od najvećih uticaja na kretanja turista vezana za Olimpijske igre su zapravo lični, kontekstualni i faktori snabdevanja u samom gradu/region domaćina.⁶⁸

Kao destinacija za Olimpijski turizam, grad/region domaćin Olimpijskih igara je subjekat globalnih uticaja koji utiču na turistička kretanja. Na percepciju potencijalnih olimpijskih turista koji dolaze u grad/region domaćina uticali su kontekstualni faktori kao što su priroda lokalne kulture, kao i faktori snabdevanja gde se misli na prirodu turističkog proizvoda koji se nudi. Odnos ovih faktora zavisi od načina na koji grad domaćin prezentuje “svoje” Olimpijske igre.⁶⁹

⁶⁷ Leiper, N. (1979), *The framework of tourism*, Annals of Tourism Research, 6(4), str. 390

⁶⁸ Weed M. (2008), *Olympic Tourism*, First Edition, Elsevier Ltd, London, str. 62-63

⁶⁹ Weed M. (2008), *Olympic Tourism*, First Edition, Elsevier Ltd, London, str. 64

4.4. Fizički uticaji

Godinu dana pre održavanja, Olimpijske igre su imale drastičan fizički uticaj na istočni London. U istočnom Londonu, koji predstavlja sedište Igara, promene će biti dugoročne. Obećanje dato tokom kandidature za Olimpijske igre bilo je da je plan da se regeneriše oronuli istočni deo grada. U samom Olimpijskom parku izgrađeno je 6 sportskih objekata, kao i centri za novinare i televizijski prenos.

Istočni deo Stratforda je preuređen i samim tim dosta pristupačniji. Novu infrastrukturu ima i železničko stajalište Overground u olimpijskom delu grada.

Skoro 9,3 milijarde funti javnog novca, duplo više nego što je Vlada prvobitno procenila, odvojeno je za pripreme. Za izgradnju se planira trošak od 7,25 milijardni funti, dok će se preostalih 2,05 milijardi funti utrošiti na obezbeđenje.⁷⁰

Što se tiče transporta, svi gledaoci koji poseduju ulaznicu u Olimpijski park mogli su da koriste javni prevoz, jer je u cenu ulaznice uključen i javni prevoz. Za prevoz su mogli da koriste metro, autobuse, zelesnicu i specijalizovano vozilo zvano Olimpijsko koplje (Olympic Javelin).

Za potrebe Olimpijskih igara, London je obezbedio 12 vozila takozvanog Olimpijskog koplja kao glavno sredstvo prevoza u toku trajanja Igara. U pitanju su vozovi velike brzine koji za 7 minuta stižu od centralnog Londona do Olimpijskog parka. Jedno vozilo može da preveze do 25.000 putnika za sat vremena u oba smera.⁷¹

4.4.1. Sportsko nasleđe

Sportsko nasleđe će uzeti nekoliko oblika:

- ono će povećati i/ili ubrzati ulaganje u sportske objekte ne samo u okviru Olimpijske Zone (i oblasti koje je okružuju), već i u drugim delovima Velike Britanije i

⁷⁰ www.economist.com, pristup sajtu 20.05.2013.

⁷¹ www.londontown.com, pristup sajtu 20.05.2013.

- doprineće u povećanom učešću u sportu i očekuje se da će ovo biti jako značajno za društveni i fizički uticaj.

Potencijalno fizičko nasleđe od Olimpijskih igara predstavljaju zapravo dodatni objekti koji će biti ili ponovo izgrađeni ili prepravljani posebno za potrebe Igara. Olimpijske igre će omogućiti proširenje sportske infrastrukture Velike Britanije i Londona posebno. Klaster sportskih objekata u Li Veliju koji ostane nakon Igara biće pretvoren u Londonski Olimpijski Institut.

Posebni planovi za objekte koji će ostati u parku odnose se na:

- Olimpijski stadion koji će biti pretvoren u višenamenski objekat sa 25.000 sedišta koji nudi objekte za treninge, kancelarije i objekte sportske nauke i sportske medicine;
- Vodeni centar sa dva bazena od 50 metara dubine, bazenom za ronjenje i fitnes centar koji će biti na raspolaganju članovima zajednice i imaće stalni kapacitet od 3.500 gledalaca;
- Velopark, multidisciplinarni vozni centar, koji uključuje 3.000 sedišta za velodrom, drumsku traku, takmičarske i rekreativne BMX trake i kurs planinskog biciklizma;
- Hokej centar koji nudi objekte za treninge i takmičenja za hokejaše na svim nivoima i
- Zatvoreni sportski centar, koji će nastati zatvaranjem jedne nekadašnje sportske arene, kako bi postao objekat za treninge i takmičenja sa fleksibilnim brojem sedišta do 10.000.⁷²

Glavni objekti izgrađeni za potrebe Olimpijskih igara su:

1. Olimpijski stadion - sagrađen je za potrebe olimpijskih i paraolimpijskih atleta. Nalazi se u južnom delu Olimpijskog parka. Nakon Igara će se koristiti za sportske, atletske i kulturne događaje, a za izgradnju ovog objekta utrošeno je 760 miliona funti.

⁷² Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 11



Slika 3.1. Olimpijski stadion

2. Vodeni centar - sagrađen je za potrebe plivanja, skokova u vodu i modernog pentatlona. Nalazi se u jugoistočnom delu Olimpijskog parka. Nakon Igara će se koristiti za sportske, athleteske i kulturne događaje, a za izgradnju ovog objekta utrošeno je 268 miliona funti.



Slika 3.2. Vodeni centar

3. Košarkaška hala - sagrađena za potrebe košarke, ragbija u invalidskim kolicima i finala u odbojci. Nalazi se u severnom delu Olimpijskog parka. Nakon Igara ovaj objekat je premešten van Londona, a za njegovu izgradnju utrošeno je 42 miliona funti.



Slika 3.3. Košarkaška hala

4. Rukometna hala - sagrađena za potrebe rukometa, golbola i modernog pentatlona. Nalazi se u zapadnom delu Olimpijskog parka. Nakon Igara će se koristiti kao sportski, zdravstveni i fitnes klub, a za izgradnju ovog objekta utrošeno je 44 miliona funti.



Slika 3.4. Rukometna hala

5. Velopark - sagrađen za potrebe olimpijskog i paraolimpijskog biciklizma. Nalazi se u severnom delu Olimpijskog parka i za izgradnju ovog objekta utrošeno je 105 miliona funti.



Slika 3.5. Velopark

6. Hokej centar - sagrađen za potrebe hokeja i paraolimpijskog fudbala. Nakon Igara biće premešten u sportski i rekreativni kompleks Iton Manor u Londonu.



Slika 3.6. Hokej centar

7. Li Veli kajak/kanu centar za divljovodaše - sagrađen je za potrebe takmičenja u kanuu i kajaku na divljim vodama. Nalazi se 20 km severno od Olimpijskog parka. Ovaj centar će biti domaćin Svetskog prvenstva u kajaku i kanuu na divljim vodama 2015. godine.



Slika 3.7. Li Veli kajak/kanu centar za divljovodaše

8. Olimpijsko selo - ima kapacitet od 17.000 kreveta. Nakon Igara ime mu je promenjeno u Istočno selo i postalo je dom za 3600 porodica. Za izgradnju ovog objekta utrošeno je 557 miliona funti.



Slika 3.8. Olimpijsko selo

4.5. Politički uticaji

Organizovanje Olimpijskih igara obično zahteva usku saradnju lokalne, regionalne i centralne vlasti. Glavni razlog za to je što organizacija takvog događaja stvara poteškoće u pokrivanju troškova za podržavajuću infrastrukturu događaja ili čak za operativne troškove od prodaje karata, sponzorstava, televizijskih prava i slično. Stoga je ekonomsko učešće vlasti često neophodno.

Odluka o kandidovanju za održavanje mega sportskog događaja je podržana od strane vlasti, koje često i iniciraju takve odluke, posebno kada događaj ima potencijal da vrati uloženo, bilo u ekonomskoj formi ili fizičkim i drugim koristima.

Pod novim urbanim političkim imperativima, odluka o kandidovanju za mega sportski događaj kao što su Olimpijske igre nije donešena samo od strane lokalne ili regionalne vlasti, već često uključuje i poslovne korporacije. S tim u vezi, mega sportski događaji su često kreditirani sa mobilnim korporativnim elitama i lokalnim političarima u profitabilne saveze, koji mogu da ne samo unaprede lokalnu izgradnju i turističku industriju, već mogu i da generišu određena infrastrukturna ulaganja od viših nivoa vlasti.

Praksa ovih saveza, koji se nazivaju „Politika mesta“, obično uključuje kampanje kako bi se ubedilo stanovništvo grada domaćina da će događaj transformisati njihov rodni grad u grad „prve klase“, time pravdajući korišćenje novca od taksi i poreza.

Prilikom održavanja mega sportskih događaja bitno je obratiti pažnju i na mikro politički faktor. Ovo se odnosi na želju individualaca da iskoriste vidljivost dobijenu uključivanjem u događaj sa pogledom na jačanje svojih karijera kako u političkoj tako i u nepolitičkoj oblasti. Političari koji su uključeni u organizaciju prestižnog sportskog događaja kao što su Olimpijske igre imaju šansu da poboljšaju svoju političku sliku povezivanjem sa događajem, kao i razvojem svojih javnih odnosa preko kontakta sa sportskim stručnjacima i komercijalnim organizacijama uključenim u događaj.

Mega sportski događaji pokazuju da mogu imati pozitivne i negativne uticaje na grad, region ili zemlju domaćina. Sportski predstavnici uključeni u organizaciju mega sportskih događaja mogu imati koristi dobijanjem iskustva neophodnog za organizaciju budućih sportskih događaja.

Pozitivni uticaji:

- Afirmacija društveno prihvatljivih i naprednih političkih programa,
- Razvoj i unapređivanje političke svesti okruženja,
- Promocija pojedinca, programa i društvenih elita,
- Ostvarivanje društvene kohezije,
- Prevazilaženje problema društvenog raslojavanja,
- Ostvarivanje jedinstva u prelomnim situacijama i td.

Negativni uticaji:

- Manipulisanje zajednicom,
- Nedostatak društvene odgovornosti u kreiranju programa političkih događaja,
- Izazivanje netrpeljivosti između pojedinih društvenih grupa,
- Propagiranje društveno neprihvatljivih ideja,
- Gubljenje identiteta zajednice i sl.

Organizacija kompleksnog događaja kao što su Olimpijske igre zahtevaju poslovnu organizaciju koja će poboljšati praksu javne administracije.

Vlade sve više koriste snagu Hallmark događaja da istaknu periode vladavine, da probude nacionalizam, entuzijazam i na kraju da dobiju glasove. Pored toga, događaji imaju sposobnost da pomognu u izgradnji profila političara i područja u kojima su oni na vlasti.

Dakle, postoje mnogi politički razlozi za održavanje događaja, te stoga politika značajno utiče na njihov menadžment i marketing. Ideološki razlozi se često nalaze u pozadini mnogih mega događaja, u kojima dominantna snaga u društvu pokušava demonstrirati i ojačati svoje vrednosti ili da pridobije značajniju podršku.

Ovo se ogleda kroz mogućnost događaja da uspešno kreiraju imidž, prezentuju atraktivne mogućnosti za propagiranje i davanje glasnijih političkih poruka. To stvara mogućnost za manipulaciju ili kontrolu kroz medije koji prate određeni događaj.⁷³

⁷³ Pivac T. (2011) *Menadžment događaja*, Univerzitet u Novom Sadu, str. 37

4.6. Uticaji na životnu sredinu

Ovde se govori o uticajima na zemlju, vodu i vazduh, na biodiverzitet, ekologiju, korišćenje energije, otpad, kulturu i nasleđe, transport i stambene objekte.

Tabela 4.10. pokazuje nivo deprivacije stambenih objekata u i oko Olimpijske Zone, dok tabele 4.11. i 4.12. prikazuju zvanične statističke podatke vezane za nivo kriminala i zvanične statističke podatke vezane za deprivaciju životne sredine u i oko Olimpijske Zone.

Nivo IMD-a (u %)	Olimpijska zona	Pet Olimpijskih sela	London	Engleska
> 10 - 15	12%	23%	13%	5%
> 5 - 10	43%	34%	15%	5%
> 1 - 5	32%	22%	13%	4%
Do 1	10%	4%	2%	1%

Tabela 4.10. Nivo deprivacije stambenih objekata u i oko Olimpijske Zone⁷⁴

Nivo IMD-a (u %)	Olimpijska zona	Pet Olimpijskih sela	London	Engleska
> 10 - 15	10%	11%	8%	5%
> 5 - 10	17%	14%	8%	5%
> 1 - 5	17%	14%	7%	4%
Do 1	13%	5%	2%	1%

Tabela 4.11. Nivo kriminala u i oko Olimpijske Zone⁷⁵

Nivo IMD-a (u %)	Olimpijska zona	Pet Olimpijskih sela	London	Engleska
> 10 - 15	20%	17%	11%	5%
> 5 - 10	10%	15%	10%	5%
> 1 - 5	2%	7%	5%	4%
Do 1	1%	1%	1%	1%

Tabela 4.12. Deprivacija životne sredine u i oko Olimpijske Zone⁷⁶

⁷⁴ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 17

⁷⁵ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 17

⁷⁶ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 17

Uticaji na Lower Lea Valley

Nivo i brzina regeneracije koja prethodi Olimpijskim igrama je očekivana da generiše značajne envajeronmentalne koristi što je i prikazano u tabeli 4.13. Ove koristi se predviđaju u slučaju sanacije kontaminiranih područja, obnovi zemljišta, restauraciji rečnih koridora, poboljšanju kvaliteta vode, investicije u niskougljenu energetsku infrastrukturu, podzemna ugradnja električnih stubova, kreiranje velikog urbanog zelenog prostora.⁷⁷

Uticaj	Pre događaja (2005-2011)	Tokom događaja (2012)	Posle događaja (2013-2020)
Zemlja/voda/vazduh	Veoma negativan	Pozitivan	Veoma pozitivan
Biodiverzitet/ekologija	Negativan	Veoma negativan	Veoma pozitivan
Energija	Blago pozitivan	Veoma pozitivan	Veoma pozitivan
Otpad	Negativan	Blago pozitivan	Pozitivan
Kultura/nasleđe	Veoma negativan	Negativan	Negativan
Transport	Blago negativan	Blago negativan	Pozitivan
Stambeni objekti	Blago negativan	Neutralan	Pozitivan
Podrška za envajeronmentalne industrije	Neutralan	Neutralan	Pozitivan

Tabela 4.13. Očekivani envajeronmentalni uticaji u Lower Lea Valley⁷⁸

Glavni negativni uticaj Olimpijskih igara na okruženje će biti koncentrisan tokom ograničene faze pre samog događaja. Oni će uticati na Lower Lea Valley najviše zato što će on biti glavni fokus intenzivnog programa izgradnje.

Očekuje se privremeno pogoršanje kvaliteta vazduha zbog prašine koja će se dizati zbog rušenja i izgradnje. Takođe će biti neizbežno pojačanje putnog transporta zbog prenosa materijala i otpada.

⁷⁷ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 17

⁷⁸ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 18

Drugi negativni uticaji na okolinu tiču se povećane kontaminacije (zagađenja) tla i podzemnih voda, koja je povezana sa efektima poremećaja zbog građevinskih radova, remećenja postojećeg ekosistema prebacivanjem/gubljenjem staništa, nedostatak infrastrukture za upravljanje otpadom i mogućim oštećenjem građevina u okruženju i kulturnog nasleđa u procesu rušenja.⁷⁹

Uticaji na London i Veliku Britaniju

Na nivou Londona i Velike Britanije, glavni uticaji se očekuju kao rezultat prezentacije Igara kao „Održive Igre“. Očekuje se da ovo generiše značajne interese u primeni novih pristupa održivom upravljanju događajima i kreiranju novih održivih zajednica. Ovi uticaji, za koje se očekuje da će biti jači u oblasti zemlja/vazduh/voda, energija, otpad, stambeni obejti, mogu potrajati i dugo nakon završetka Igara. Ako postoji povećanje efektivne svesnosti i edukacije tokom perioda programa razvoja, ovi uticaji mogu biti pozitivni i za implementaciju drugih sportskih događaja i šemu regeneracije širom zemlje.

Tokom Olimpijskih igara, London i ostali delovi Velike Britanije u kojima će se održavati takmičenja, mogu očekivati privremeno pogoršanje uslova životne sredine zbog povećanog broja ljudi koji će prisustvovati Igrama, što kao učesnici, što kao posmatrači. Mere za minimiziranje negativnog uticaja biće kritične zbog građevinskih radova.

⁷⁹ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 18

Uticaj	Pre događaja (2005-2011)	Tokom događaja (2012)	Posle događaja (2013-2020)
Zemlja/voda/vazduh	Negativan	Pozitivan	Pozitivan
Biodiverzitet/ekologija	Negativan	Negativan	Pozitivan
Energija	Neutralan	Pozitivan	Pozitivan
Otpad	Negativan	Negativan	Pozitivan
Kultura/nasleđe	Neutralan	Pozitivan	Neutralan
Transport	Blago negativan	Neutralan	Pozitivan
Stambeni objekti	Neutralan	Neutralan	Pozitivan
Podrška za envajeronmentalne industrije	Neutralan	Neutralan	Neutralan

Tabela 4.14. Očekivani envajeronmentalni uticaji na London⁸⁰

Uticaj	Pre događaja (2005-2011)	Tokom događaja (2012)	Posle događaja (2013-2020)
Zemlja/voda/vazduh	Blago negativan	Pozitivan	Pozitivan
Biodiverzitet/ekologija	Negativan	Neutralan	Neutralan
Energija	Neutralan	Pozitivan	Pozitivan
Otpad	Neutralan	Neutralan	Pozitivan
Kultura/nasleđe	Neutralan	Pozitivan	Neutralan
Transport	Blago negativan	Neutralan	Neutralan
Stambeni objekti	Neutralan	Neutralan	Pozitivan
Podrška za envajeronmentalne industrije	Neutralan	Neutralan	Neutralan

Tabela 4.15. Očekivani envajeronmentalni uticaji širom Velike Britanije⁸¹

4.6.1. Javno zdravlje

⁸⁰ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 19

⁸¹ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 19

Istraživanje je obuhvatilo četiri kategorije uticaja:

1. uticaj socio-ekonomskog zdravlja, gde se uzima u obzir kako potencijalni socio-ekonomski razvoj utiče na javno zdravlje kroz svoje efekte na na primer nivoe prihoda i sigurnosti posla, na društvenu koheziju i na pristup obrazovanju i stambenim objektima;
 2. uticaj fizičkog zdravlja, koji naznačava efekte promena u kvalitetu fizičkog okruženja;
 3. uticaj mentalnog zdravlja koji reflektuje sposobnost individualaca da balansiraju sve aspekte života koji se javljaju iz njihovih društvenih, ekonomskih, fizičkih i emocionalnih interakcija donošenjem odluka tokom njihovog života; i
 4. uticaj dobrobiti koji reflektuje stepen do kog individualci očekuju da budu srećni.
- Negativni uticaj može biti reflektovan kroz osećanje depresije, anksioznosti i stresa.

Uticaji na nivou Velike Britanije

Kao što tabela 4.16. pokazuje, očekuje se da konačni nivo javnog zdravlja Velike Britanije bude u velikoj meri delotvoran ako se uzme u obzir očekivani pozitivni uticaj Olimpijskih igara na promovisanje zdravog života uključujući povećanu fizičku aktivnost, poboljšanu ishranu, pristup sportskim objektima i povećanu socijalnu interakciju.

Ovi pozitivni zdravstveni efekti se odražavaju na niz poznatih fizičkih, socijalnih i mentalnih koristi povezanih sa održavanjem Olimpijskih igara. Ovo uključuje i doprinos u prevenciji i smanjivanju nivoa gojaznosti među individualcima, promovisanje zdravog načina života i ishrane za decu i angažovanje zajednica u društvenim i rekreativnim događajima.⁸²

⁸² Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 13

Uticaј	Pre događaja (2005-2011)	Tokom događaja (2012)	Nakon događaja (2013-2020)
Socio-ekonomsko zdravlje	Blago pozitivan	Pozitivan	Blago pozitivan
Fizičko zdravlje	Neutralan	Veoma pozitivan	Pozitivan
Mentalno zdravlje	Neutralan	Blago pozitivan	Blago pozitivan
Dobrobit	Neutralan	Pozitivan	Blago pozitivan

Tabela 4.16. Očekivani uticaji javnog zdravlja širom Velike Britanije⁸³

Uticaј na nivou Londona

Uticaјi na nivou Londona su slični kao i na nivou Velike Britanije, samo su u ovom slučaju povećani zahvaljujući lokalnom razvoju i povećanju broja objekata, pogodnosti i mogućnosti koje su stvorene kako bi se zadovoljila tražnja za turističkim aktivnostima vezanih za Olimpijske igre.

Dodatne zdravstvene koristi se stoga reflektuju na:

1. proširenje londonskog transportnog sistema, koji poboljšava pristup zaposlenosti, obrazovanju, rekreaciji, društvenim mrežama i zdravstvenoj nezi;
2. povećan pristup olimpijskim sportskim objektima pre i posle Olimpijskih igara, što promoviše fizičku aktivnost i zdraviji način života;
3. pojačano promovisanje svesti o invaliditetu

Uticaј	Pre događaja (2005-2011)	Tokom događaja (2012)	Nakon događaja (2013-2020)
Socio-ekonomsko zdravlje	Veoma pozitivan	Pozitivan	Veoma pozitivan
Fizičko zdravlje	Negativan	Pozitivan	Veoma pozitivan
Mentalno zdravlje	Negativan	Blago negativan	Pozitivan
Dobrobit	Negativan	Pozitivan	Pozitivan

Tabela 4.17. Očekivani uticaji javnog zdravlja u Londonu⁸⁴

⁸³ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 13

Uticaj na severoistočni London

Najpozitivniji zdravstveni uticaji se očekuju u Lower Lea Valley (tabela 4.18.). Kako je već naglašeno, ova oblast je okarakterisana kao kombinacija siromašnog okruženja, visokog nivoa nezaposlenosti, ljudi sa niskim stepenom obrazovanja i siromašnih stambenih objekata. Lokalne zajednice zato očekuju koristi od ekonomskih i envajeronmentalnih poboljšanja. To podrazumeva mogućnost za nova radna mesta, povećano učešće zajednice i volonterski programi koji će se promovisati interakciju, negovati osećaj pripadnosti i razvoj veza van i u okviru lokalnih zajednica i kultura. Očekuje se da uticaj brojnih promena može doprineti kvalitetu okruženja, načina života, bezbednosti, rekreacije i razvoja ličnih veština.

Tokom perioda priprema Olimpijskih igara, lokalne zajednice u blizini lokacije očekuju čak petogodišnji intenzivni razvoj. Intenzivan nivo izgradnje neophodan da transformiše Lower Lea Vallez u obnovljenu, zdravu i poželjnu lokaciju za održavanje Olimpijskih igara, ima svoje troškove i koristi. Troškovi mogu da se reflektuju na produženo izvođenje građevinskih radova, potencijalno pogoršavajući postojeće nivoe lošeg zdravlja. Ipak, intenzivna izgradnja može da stvori zdravstvene koristi značajnim poboljšanjima okruženja, zaposlenošću i edukativnim mogućnostima kako bi se doprinelo poboljšanju fizičkog, mentalnog i socijalnog zdravlja.⁸⁵

Uticaj	Pre događaja (2005-2011)	Tokom događaja (2012)	Nakon događaja (2013-2020)
Socio-ekonomsko zdravlje	Veoma pozitivan	Pozitivan	Veoma pozitivan
Fizičko zdravlje	Negativan	Pozitivan	Veoma pozitivan
Mentalno zdravlje	Negativan	Blago negativan	Pozitivan
Dobrobit	Negativan	Pozitivan	Pozitivan

Tabela 4.18. Očekivani uticaji javnog zdravlja na severoistočni London⁸⁶

⁸⁴ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 14

⁸⁵ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 14

⁸⁶ Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report, str. 14

ZAKLJUČAK

Još od početka osamdesetih godina XX veka, snaga i uticaj sporta na ekonomiju države su sve veći. Najveću zaslugu za takav razvoj imaju veliki sportski događaji koji privlače kako novac i interesovanje, tako približavaju i brojne sponzore, gledaoce i sportiste.

Veliki sportski događaji nose sa sobom značajne promene i niz efekata, od kojih se posebno izdvajaju ekonomski, društveni, kulturološki, politički i ekološki. Termin „veliki sportski događaji“ se uglavnom koristi za opisivanje onih događaja koji se sastoje od velikog broja različitih sportova, izraženog duha konkurencije, posećuju ih stotine hiljada posetilaca, odlikuju se i ekstenzivnom medijskom pokrivenošću u dužem vremenskom trajanju.

Veliki sportski događaji predstavljaju igru sa visokim ulozima i mogu imati uspešan dugoročni ishod, ali zahtevaju pažljivo razmatranje i informisani pristup. Kandidatura, priprema i realizacija događaja su veoma važni. Ali deo koji sledi nakon toga je ono što na kraju donosi ili ne donosi uspeh. Da bi se izvukao maksimum prednosti, gradovima i zemljama domaćinima potrebna je jasna vizija za nasleđe koje ostaje nakon događaja i postojanu posvećenost cilju pri ostvarivanju vizije. To je jedini način da se postignu očekivane koristi i stvori pozitivno i trajno nasleđe.

Glavni razlog zašto se veliki broj zemalja i gradova kandiduje za održavanje ovakvih događaja jesu velike ekonomske koristi za grad i zemlju domaćina. Uticaji ovakvog događaja mogu biti kratkoročni ili dugoročni kao i pozitivni (razvoj turizma, nova infrastruktura, obnova ekonomije cele zemlje) ili negativni (visoke cene i teranje rezidenata).

Otvaranje novih radnih mesta, poboljšanje infrastrukture, povećanje potrošnje i globalna prepoznatljivost mesta su među najbitnijim pozitivnim efektima. Istraživanja su pokazala da ovakvi događaji u grad domaćina privlače na stotine hiljada turista i utiču na veliko povećanje potrošnje.

Organizovanje velikih događaja predstavlja veliki izazov za organizatora jer je u pitanju veoma složen poduhvat koji ne sme da razočara auditorijum da bi opravdao teško stečeni renome, a uz visok nivo organizacije efekti mogu biti višestruki za budućnost i razvoj turizma u gradu i zemlji domaćinu.

Održavanje velikih sportskih događaja može u velikoj meri pozitivno da utiče na očuvanje životne sredine. Svaki sledeći grad koji je izabran za domaćina Olimpijskih igara mora da ispuni standarde koje su postavili prethodni domaćini, kao i da ih eventualno poboljšaju. Održivi razvoj i edukacija o životnoj sredini su postali glavni fokus za sve gradove kandidate.

Za grad domaćina dobiti od organizovanja jednog ovakvog događaja mogu biti ogromne i raznolike. Na primer, može unaprediti ekonomsku aktivnost kao rezultat poslova otvorenih u sektoru hotelijerstva. Izgradnja sportskih objekata može odigrati veoma važnu ulogu u urbanoj obnovi, i to izgradnjom istih na ranije nepristupačnom i neiskorišćenom zemljištu.

Ove uticaje je jako teško proceniti i izračunati. Kako bi organizovanje mega sportskog događaja bilo uspešno, svi uticaji događaja na zemlju domaćina moraju biti dobro istraženi.

Olimpijske igre su čest primer odnosa u procesima globalizacije, a Olimpijski prstenovi su nesumnjivo najprepoznatljiviji neprofitni brend u svetu. Istraživanje koje je sproveo Međunarodni olimpijski komitet u jedanaest zemalja širom sveta pokazalo je da su atributi koji se vezuju za Olimpijske igre upravo prijateljstvo, multikulturalizam, globalnost, učestvovanje i fer takmičenje.

Glavni faktor globalnog karaktera Olimpijskih igara je zapravo svetska medijska pažnja. Ona se ne vezuje samo za period trajanja igara, već obuhvata i period od samog konkurisanja za domaćina, pa sve dok Igre ne postanu blede sećanje. To obuhvata period od oko 10 do 12 godina internacionalne medijske pokrivenosti.

Dok će deo ove medijske pokrivenosti neizbežno biti negativan (npr. korupcija, tvrdnje, nemogućnost da se obezbede objekti i usluge), i dalje stvara globalnu svest o gradu domaćinu i regionu dugi vremenski period.

U proteklim godinama, Olimpijske igre su postale jedan od najznačajnijih velikih međunarodnih sportskih događaja. Povećan broj gradova koji se prijavljuju da budu domaćini Olimpijskih igara pokazuje da lokalni lideri vide organizovanje takvog događaja kao šansu za poboljšanje ekonomskih i socijalnih aspekata grada ili regiona.

Događaji veličine Olimpijskih igara mogu da povećaju lokalno interesovanje i učešće u sportskim aktivnostima i da ojačaju regionalnu tradiciju i vrednosti i da povećaju lokalni ponos i duh zajednice. Povećano sportsko učešće stvara osećaj blagostanja kroz zabavu i razonodu, vodeći ka samoispunjenju i postizanju ciljeva i podstiče socijalnu interakciju i koheziju za one koji se možda osećaju socijalno isključeni.

Osim po povećanom broju turista i novim smeštajnim kapacitetima za turiste, uticaj Olimpijade na turizam grada domaćina može se ogledati i u transformaciji vrste turizma koja je dominantna u gradu domaćinu. Zapravo nakon Igara se povećava interesovanje za poslovni i kongresni turizam u gradu koji je bio domaćin, usled promocije koji grad doživi zahvaljujući Olimpijskim igrama. Osim te medijske promocije, ovome doprinose i velike hale i centri koji se grade za potreba Olimpijade, a posle se koriste u svrhe kongresnog turizma.

Olimpijske igre jestu dobar pokretač mnogih pozitivnih promena, ali biće uspešne samo ako se prilika za organizovanje dobro iskoristi i ako se pametno isplanira strategija koja nije univerzalna, već specifična za svaki grad domaćina. Igre same po sebi donose veliku dobit u turističkom smislu i njihova korist se može osetiti i dug vremenski period nakon samih Igara.

LITERATURA

1. Allen J, O'Toole W, McDonnell I, Harris R. (2002), *Festival and Special Event Management*, John Wiley & Sons Australia Ltd, Brisbane
2. Bakić O. (2009), *Marketing u turizmu*, Univerzitet Singidunum, Beograd
3. Beijing Organising Committee for the Olympic Games (2003), *Beijing Olympic Action Plan*, Beijing
4. Berridge, G. (2006) *Events Design and Experience*, Elsevier, Oxford
5. Boniface, B.G, Cooper, C. (2001), *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*, Oxford, Butterworth-Heinemann
6. Bramwell, B. (1997) *A sport mega-event as a sustainable tourism development strategy*, Tourism Recreation Research, 22 (2)
7. Brown, G. (2000), *Emerging issues in Olympic sponsorship, implications for host cities*, Sport Management Review No. 3
8. Brown A, Massey J. (2001), *The Sports Development Impact of the Manchester 2002 Commonwealth Games*, Initial Baseline Research, Manchester Metropolitan University, UK
9. Burton R. (2003), *Olympic Games Host City Marketing*, Sport Marketing Quarterly, Vol. 12, No. 1
10. Cashman R. (2002), *Impact of the Games on Olympic host cities*, Centre d'Estudis Olimpics, Barselona
11. Collins, M.F. and Jackson, G.A.M. (1999), *The Economic Impact of Sport and Tourism*, Sport Tourism, London
12. Crompton J. (1995), *Economic analysis of sport facilities and events: eleven sources of misapplication*, Journal of Sport Management No.1
13. Čačić K. (2010), *Poslovanje hotelskih preduzeća*, Ekonomski fakultet, Beograd
14. Danish School of Journalism "The Pulse", *What is Mega Sport Event*, objavljeno na <http://www.thepulse2007.org/?p=106>
15. Denis M, Dischereit E, Song D, Werning R. (1988), *Kein Land fur friedliche Spiele*, Reinbeck - Rororo

16. Dobson N, Hollidaz S, Gratton C. (1997), *Football came home*, Sport Management, Vol. 17, No. 5
17. Drengner J, Kohler J, Geissler M. (2009), *Critical issues and pitfalls within economic impact analyses of major sports events: The Case of The Bob and Skeleton World Championships 2008*, Chemnitz University of Technology, Germany
18. Essex S., Chalkley B. (1998), *Olympic Games - catalyst of urban change*, Leisure Studies No.3, London
19. Fayos-Sola, E. (1998), *The impact of mega events*, Annals of Tourism Research, 25 (1)
20. Fourie J, Santana-Gallego M. (2010), *The impact of mega-sport events on tourist arrivals*, Stellenbosch Economic Working Paper, Matieland
21. Gibson, H., McIntyre, S., Mackay, S. and Riddington, G. (2005), *The Economic Impact of Sports Sporting Events and Sports Tourism in the UK: The DREAM Model*, European Sport Management Quarterly, 5 (3)
22. Government and Public Sector (2005), *Olympic Games Impact Study*, PricewaterhouseCoopers, Final report
23. Hiller H. (1998), *Assesing the Impact of Mega Events - A Linkage Model*, Current Issues in Tourism Vol. 1 No. 1, Routledge, UK
24. Hofstede, G. (1980), *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Beverley Hills
25. Horne J, Manyenreiter W. (2006), *An Introduction to the Sociology of Sports Mega-Events*, The Editorial Board of the Sociological Review, Blackwell Publishing Ltd. Oxford
26. Hughes G. (1999), *Urban Revitalization - The Use of Festive Time Strategies*, The Journal of the Leisure Studies Association, Volume 18, Routledge, UK
27. Jago L.K., Shaw R.N. (1998), *Special Events: A Consumer Based Conceptualisation*, Canbera
28. Karlis G. (2006), *Volunteerism and multiculturalism: A linkage for future Olympics*, Marketing report, Torino
29. Kitchen T. (1996), *Cities and the 'world events' process*, Town and Country Planning No. 11
30. Leiper, N. (1979), *The framework of tourism*, Annals of Tourism Research, 6(4)

31. Liu Zhi (2006), *Holding a Successful Olympic Games in 2008 and Promoting the Development of Beijing*, New Beijing
32. Madrigal R. (2005), *Using the Olympics and FIFA World Cup to Enhance Global Brand*, Berg, Global Sport Sponsorship, Oxford
33. Malfas M, Theodoraki E, Houlihan B. (2004), *Impact of the Olympic Games as mega-events*, Institution of Civil Engineers, London
34. Mathenson V, Baade R. (2002), *Mega Sporting Events in Developing Nations - Playing the Way to Prosperity?*, Northeast Universities Development Consortium Conference
35. Maunsell F. (2004), *Commonwealth Games Benefits Study*, Final Report, Warrington
36. Milenković M. (2011), *Magistarski rad: Veliki sportski događaj kao oblik sportskog turizma, sa posebnim osvrtom na Olimpijske igre*, Univerzitet Singidunum, Beograd
37. Ng, S.I, Lee, J.A. and Soutar, G.N. (2007), *Tourists' intention to visit a country: The impact of cultural distance*, Tourism Management
38. Oldenboom E. (2006), *Costs and Benefits of Major Sports Events - A Case Study of Euro 2000*, MeerWaarde Onderzoeksadvies, Amsterdam, The Netherlands
39. Pellegrino G, Hancock H. (2010), *A Lasting Legacy - How Major Sporting Events Can Drive Positive Change for Host Communities and Economies*, Deloitte Touche Tohmatsu, United Kingdom
40. Pivac T. (2011) *Menadžment događaja*, Univerzitet u Novom Sadu
41. Preuss H. (2002), *Economic dimension of the Olympic Games*, Centre d'Estudis Olímpics, Barcelona
42. Preuss H. (1998), *Problemizing the Arguments of the Opponents of Olympic Games*, Unpublished paper, Johannes Gutenberg University Mainz, Germany
43. Preuss H. (2006), *Lasting Effects of Major Sporting Events*, objavljeno na www.idrottsforum.org
44. Preuss H. (2004), *The Economics of Staging the Olympics - A Comparison of the Games 1972-2008*, Edward Edgar Publishing Limited, UK
45. Ritchie J. R. (1984), *Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues*, Journal of Travel Research No. 2
46. Roche M. (2000), *Mega-Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*, Routledge, London

47. Roberts K. (2004), *The Leisure Industries*, Palgrave, London
48. Romanić S. (2009), *Master rad: Sportski turizam i ponašanje potrošača*, Univerzitet Singidunum, Beograd
49. Spradley, J.P, Philips, M. (1972), *Culture and Stress: A Quantitative Analysis*, American Anthropologist No. 74
50. Sterken E. (2006), *Growth Impact of Major Sporting Events*, European Sport Management Quarterly, Vol. 6, No. 4
51. Šurbatović J. (2009), *Menadžment u sportu*, objavljeno na www.vss.edu.rs
52. Tomić M. (2001), *Marketing u sportu - Tržište i sportski proizvod*, IP Astimbo, Beograd
53. Trkulja M. (2008), *Marketing sportskog događaja*, Alpha design, Beograd
54. Unković S., Zečević B. (2009), *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd
55. Weed M. (2008), *Olympic Tourism*, First Edition, Elsevier Ltd, London
56. Živković R. (2009), *Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu*, Univerzitet Singidunum, Beograd
57. www.idrottsforum.org
58. www.olympic.org
59. www.travel.utah.govwww.economist.com
60. www.londontown.com
61. www.turizamiputovanja.com
62. www.slideshare.net
63. www.geocases2.co.uk
64. www.london2012.com
65. www.healthguidance.org
66. www.ipsos.com